

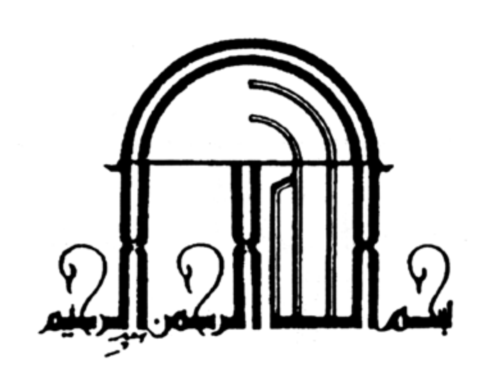
مطبوعات
مكتبة الملك فهد الوطنية
السلسلة الأولى
(٤٦)

مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

واقعها ودورها في عملية التزويد في بعض مكتبات مدينة الرياض

فهاد بن سعد الهملان السهلي

الرياض
١٤٢٩ هـ / ٢٠٠٨ م



مـواقـع

الناشرين العرب التجاريين

على الإنترنت

مطبوعات

مكتبة الملك فهد الوطنية

السلسلة الأولى

(٤٦)

تهتم هذه السلسلة بنشر المؤلفات والدراسات التي تتناول تطوير المكتبات والمعلومات في المملكة

مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

واقعها ودورها في عملية التزويد

في بعض مكتبات مدينة الرياض

فهاد بن سعد بن فهاد السهلي

نائب مدير إدارة تنمية المجموعات
بمكتبة الملك فهد الوطنية

مكتبة الملك فهد الوطنية

الرياض ١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧م

ح مكتبة الملك فهد الوطنية ، ١٤٢٨هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

السهلي ، فهاد بن سعد بن فهاد
مواقع الناشرين العرب التجاريين على الانترنت: واقعها ودورها في عملية التزويد في بعض مكتبات مدينة الرياض. /فهاد بن سعد بن فهاد السهلي .- الرياض ١٤٢٨هـ
٢٥٩ ص؛ ٢٤ × ١٧ سم.- (السلسلة الأولى؛ ٤٦)

ردمك ٦-٢٩٩-٠٠-٩٩٦٠-٩٧٨

١ - التزويد (مكتبات) ٢ - المكتبات - الرياض ٣ - الناشرون - معالجة البيانات أ. العنوان ب. السلسلة
ديوي ٠٢٥,٢ ١٤٢٨/٧٤٨٨

رقم الإيداع : ١٤٢٨/٧٤٨٨
ردمك ٦-٢٩٩-٠٠-٩٩٦٠-٩٧٨

جميع حقوق الطبع محفوظة ، غير مسموح بطبع أي جزء من أجزاء هذا الكتاب ، أو اختزانه في أي نظام لاختزان المعلومات واسترجاعها، أو نقله على أية هيئة أو بأية وسيلة سواء كانت إلكترونية أو شرائط ممغنطة أو ميكانيكية، أو استنساخاً، أو تسجيلاً، أو غيرها إلا في حالات الاقتباس المحدودة بغرض الدراسة مع وجوب ذكر المصدر.

ص.ب : ٧٥٧٢
الرياض : ١١٤٧٢ المملكة العربية السعودية
هاتف : ٤٦٢٤٨٨٨
فاكس : ٤٦٤٥٣٤١

إهـــــداء

❖ الى سعادة الدكتور / محمد مكي نسيب السباعي..

شـعـاره "عِلمٌ وتعامل" إذ يحـقق مـعـادلة الـتوافق بينهمـا.. يقـدم المادة بروح الأب.. ليعشق الجميع دقائقها وساعاتها.. ويتعامل بروح الأب خارج إطار المادة لمن عرف ومن لم يعرف، بحيث يسخر كل جهوده في خدمتهم.. كل ذلك لمسته ولمسه غيري ممن أسعده الحظ بلقائه.. شكراً لك.

❖ إلى سـعادة الدكتور/ فهد بن محمد الدرعان.. ذو الكرم الجم.. والخلق الرفيع.. والداعم الأول لهذا العمل.. له كل الشكر والتقدير.

❖ إلى أسرتي التي دعمتني.. وقدمت التشجيع والتضحيات والصبر.. فشكراً من الأعماق.

❖ إلى كل المهتمين في هذا المجال.

فهاد

قائمة المحتويات

قائمة بالجداول والرسوم البيانية

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين نبينا محمد عليه وعلى آله وصحبه أفضل الصلاة وأتم التسليم... أما بعد:

فتتناول هذه الدراسة مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ، واقعها ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض ، وتكمن مشكلة الدراسة في وجود العديد من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت وهذا الوجود يتسم بعدم الوضوح من حيث دور هذه المواقع وماهية خدماتها المقدمة بالنسبة لتعاملها مع أقسام التزويد في المكتبات السعودية على وجه الخصوص وهذا يمتد إلى العاملين في أقسام التزويد ومدى تعاملهم مع هذه المواقع. واعتمادهم عليها كمصادر لتزويد مكتباتهم بأوعية المعلومات المناسبة.

وتكمن أهمية الدراسة في التعرف إلى فاعلية مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت مقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، ويؤمل أن تساعد هذه الدراسة مشرفي وموظفي أقسام التزويد في المكتبات في التعرف إلى أبرز مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، والتي يمكنهم عن طريقها الاستفادة في دعم مكتباتهم وتنمية مواردها من اوعية المعلومات المتعددة.

وقد تحدد مجتمع الدراسة في جميع العاملين (مشرفين وموظفين) الذين يتعاملون مع الإنترنت في أقسام التزويد بالمكتبات عينة الدراسة بمدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية، والبالغ عددها ثماني مكتبات

بالإضافة إلى مكتبة الملك عبدالعزيز العامة فرع المربع، وقد ركزت الدراسة أيضا على مواقع الناشرين العرب التجاريين في أهم الدول العربية وذلك من حيث تعاملها مع المكتبات السعودية بكثرة، ولازدهار حركة النشر والناشرين في هذه الدول، حيث تشمل الأردن وسوريا ولبنان ومصر، بالإضافة إلى السعودية، كما استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع و يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، علاوة على استخدام العديد من الأساليب الإحصائية مثل الوصفية والاستدلالية كما استعان الباحث بمصادر بحثية عديدة علمية من أهمها: المراجع، والدوريات، والرسائل، ومواقع الناشرين الموجودة على الإنترنت، يضاف الى ذلك خبرة الباحث في مجال عمله مشرفاً على قسم التزويد بمكتبة الملك فهد الوطنية.

وقد خرجت الدراسة بالعديد من النتائج من أهمها: قلة تعامل مكتبات مدينة الرياض مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هو "أحياناً"، كما أن درجة استفادة مكتبات مدينة الرياض من مواقع الناشرين العرب التجاريين في إجراءات التزويد ضعيفة، وذلك لعدة أسباب تعرض لها الباحث في الدراسة.

كما أن أهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت وعيوبها (من وجهة نظر الموظفين والمشرفين في مكتبات مدينة الرياض: الشمولية من حيث أنواع أوعية المعلومات، والثقة في التعامل، وثبات الروابط الدالة على الموقع، وعدم الحاجة إلى اشتراك مادي. أما أهم عيوب مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فهي، من وجهة نظر

المشرفين والموظفين في مكتبات مدينة الرياض: السرعة في إرسال المواد المطلوبة، والحداثة، والإحالة إلى مواقع أخرى، وقلة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء.

وبناء على هذه النتائج فقد خرج الباحث بعدد من التوصيات أهمها:

ينبغي على المكتبات والناشرين العرب التجاريين أن يفعِّلوا استخدام الإنترنت بشكل أكبر وأعمق، وأن يؤسسوا لهم مواقع على الإنترنت على أساس متين، بحيث يستفيدون من تجارب الذين سبقوهم، وتكون مدعمة بكل الإمكانات.

كما توصي الدراسة بتحرير إجراءات الشراء، بحيث يتم تخصيص ميزانية مالية للشراء عن طريق مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وتكون مدعمة بإتاحة حساب مصرفي للمكتبة يمكنها من استخدام البطاقات الائتمانية في التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، كما أوصت الدراسة بتقليل إجراءات الشراء عبر مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت وتسهيلها.

كذلك أوصت الدراسة بإتاحة الوصول الى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك من خلال تكشيفها في محركات البحث المعروفة والمشهورة.

ختاماً، أتوجه بالشكر والتقدير إلى سعادة الدكتور فهد بن محمد الدرعان، فله، بعد الله، كثير الفضل بعلمه وتوجيهاته وتواضعه وكريم سجاياه، وهي - والله - أخلاق العلماء.

كما أشكر مكتبة الملك فهد الوطنية لنشر هذا العمل ضمن إصداراتها القيمة.

والشكر لله أولاً وآخراً، لما أعان ويسّر ووفق، وله الحمد في الأولى، والآخره.

الفصل الأول

مشكلة الدراسة

١-١: التمهيـد:

أثرت الإنترنت في كثير من مجالات الحياة فضلاً عن تغير التعاملات الإدارية والاقتصادية، وكانت المكتبات من بين الجهات التي تأثرت بظهور الإنترنت، وأفادت منها بقدر كبير، واستفادت من تلك الخدمات التي ظهرت بشكل واضح من خلال تطوير الخدمة المكتبية ووظائفها وارتقائها، ومن الملاحظ أن مجموع مبيعات الكتب على الإنترنت في العالم في تزايد مستمر، وكما يظهر أن مبيعات الكتب على الشبكة بكل تأكيد أسرع وأعلى وتيرة حديثة لبيع الكتب.

وقد تبين للباحث من خلال معايشته للظاهرة أن مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت على تنوع أهدافها تعد من الظواهر التي تستحق أن يجرى عليها مزيداً من الدراسات الأكاديمية والمهنية لقياس التحول في أسواق النشر.

من هذا يتبين لما لهذه الخدمة من تأثير كبير في سوق النشر، ويتبين مدى تأثر المكتبات باستخدام الإنترنت في مجال التزويد الذي يشكل حجر الأساس في عمل المكتبات، حيث إنه قد تغير وتطور بشكل كبير خاصة في السنوات الأخيرة ، وكما يتضح فإنه على المستوى الدولي سهلت شبكة الإنترنت الاطلاع على فهارس المكتبات العالمية وقواعد المعلومات المتاحة على الشبكة ومن ثم تيسير الاشتراك في المناسب منها ، كما أن التعامل مع قواعد البيانات الببليوجرافية أدى إلى توفير الكثير من الجهد والوقت والمال.

١ - ٢: مشكلة الدراسة:

يوجد العديد من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ، وفي المقابل فإن هذا التواجد لهذه المواقع يحيط به شيء من عدم الوضوح في

دورها وماهية الخدمات التي تقدمها، خصوصاً فيما يخص تعاملها مع أقسام التزويد في المكتبات السعودية، وعدم الوضوح هذا يمتد للعاملين في أقسام التزويد ومدى تعاملهم مع هذه المواقع واعتمادهم عليها مصادر لتزويد مكتباتهم بأوعية المعلومات المناسبة. وعدم الوضوح هذا كان دافعاً رئيساً للقيام بهذه الدراسة لمعرفة ما يحيط بهذه المواقع وأوضاعها وما تقدمه من خدمات ومدى تعامل أقسام التزويد معها، ومدى خضوعها لضوابط ومعايير معينة تتقيد بها جميع هذه المواقع أو غالبها.

كما أن الباحث يسعى في هذه الدراسة إلى التعرف إلى هذه المواقع من خلال تعامل موظفي أقسام التزويد المعنيين بالتعامل معها ، ومن هذا المنطلق فإن مشكلة الدراسة في مجملها تتحدد في جانبين أساسيين ، الأول : هو كيفية الإفادة من هذه المواقع في عملية التزويد وذلك من خلال استيضاح دور هذه المواقع واستخدامها من قبل أقسام التزويد بالمكتبات المعنية، أما الجانب الثاني من الدراسة فهو معرفة الناشرين العرب التجاريين في محاولة لحصرهم ودراسة واقعهم من خلال معايير محددة اعتماداً على دراسات سابقة تم استخلاصها واستنتاجها، بحيث نتمكن من خلالها من أن نتعرف إلى المواقع المتميزة من غيرها.

١ - ٣ أسئلة الدراسة :

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١ - ما مواقع الناشرين التجاريين العرب والأجانب على الإنترنت ، من خلال تعامل المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المعنية معها، ومن خلال البحث عنها ومتابعة الباحث لهذه المواقع على شبكة الإنترنت؟

٢ – ما آراء واستجابات أفراد الدراسة (مشرفي وموظفي أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض الذين يتعاملون مع الإنترنت) نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين التجاريين العرب على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض؟

٣ – ما إجراءات الشراء التي يقوم بها المشرفون والموظفون في أقسام التزويد في المكتبات محل الدراسة عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

٤ – ما طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

٥ – ما طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبة التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

٦ – ما المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين التجاريين العرب على الإنترنت؟

٧ – هل يوجد في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت روابط لمواقع أخرى تتيح التنقل فيما بينها؟

٨ – ما طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

٩ – ما أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت من قبل العاملين في المكتبات؟

١٠ – ما مميزات وعيوب مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها بناءً على معايير محددة ، وبناءً على آراء مشرفي وموظفي أقسام التزويد؟

١١ – ما الفروق بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت؟

١ - ٤: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة السابقة من واقع تعامل مشرفي أقسام التزويد في المكتبات محل الدراسة مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، ومن خلال تطبيق تلك المواقع للمعايير المحددة، وذلك عن طريق:

١ – التعرف إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

٢ – التعرف إلى إجراءات الشراء المتاحة عبر هذه المواقع .

٣ – رصد المعوقات التي تعترض إجراءات التزويد عبر هذه المواقع .

٤ – التعرف إلى العلاقات أو الارتباطات فيما بين هذه المواقع.

٥ – معرفة اتجاهات المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في المكتبات محل الدراسة.

٦ – التعرف إلى طرق البحث وأساليبه المتبعة في هذه المواقع.

٧ – التعرف إلى مميزات هذه المواقع وعيوبها.

٨ – مقارنة بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت وأبرز الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت.

١ - ٥: أهمية الموضوع و سبب اختياره:

تتبين أهمية الدراسة في التعرف إلى حجم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت مقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ومدى حجم الإنتاج الفكري العربي الذي يصدر على مستوى العالم العربي بشكل عام، أما على المستوى الخاص فيؤمل أن تساعد هذه الدراسة مشرفي وموظفي أقسام التزويد في المكتبات محل الدراسة في التعرف إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت والتي يستطيعون من خلالها الحكم على مدى الاستفادة من هذه المواقع والتعرف إلى أبرزها ، ومما يعزز من الأهمية المشار إليها ما يلي:

١ - تعد عملية التزويد عملية معقدة، ويعد الناشر أحد أهم أطراف هذه العملية، وهذا البحث يهدف إلى تسهيل التعامل مع الناشر باستغلال إمكانات الإنترنت.

٢ - تواجه المكتبات العربية على وجه الخصوص مشكلات جوهرية في التزويد، ولعل أهمها صعوبة التعرف إلى ما صدر في سوق النشر، ومن هذا المنطلق نجد أن من المهم توظيف التقنية الحديثة في هذا المجال، وذلك من خلال رصد مواقع الناشرين على الإنترنت والدخول عليها والإفادة منها.

٣ - دأبت المكتبات الأجنبية على استخدام مصادر المعلومات المتاحة عبر شبكة الإنترنت، مثال ذلك التجربة الناجحة في كل من أوروبا وأمريكا، فمكتباتها استفادت من الناشرين وخصوصاً الناشرين الخارجيين، مما ساعد على تدفق المعلومات للمكتبة، مما يمثل بعداً آخر لأسباب اختيار الموضوع.

٤ - معاناة المكتبات السعودية في اتخاذ القرارات حيال أوعية المعلومات بسبب عدم الحصول عليها مباشرة، إما لكون الناشر خارجياً، أو لأن الناشر لا يحبذ إرسال نسخ من مطبوعاته للخارج، وهذه المواقع وما تتيحه من إمكانات الاطلاع على أوعية المعلومات ومحتوياتها يسهل كثيراً على هذه المكتبات في اتخاذ القرار المناسب في الوقت الملائم.

٥ - معاناة المكتبات العربية في اقتناء الكثير من مصادر المعلومات المهمة بسبب محدودية ميزانياتها، ولذا فإن الإنترنت تعد مصدراً مهماً في تزويد المكتبات بمصادر معلومات في غاية الأهمية دون تكبد خسائر مالية كبيرة وإرهاق لميزانياتها.

٦ - التعرف إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت والخدمات التي تقدمها مقارنة بأبرز الناشرين الأجانب على الإنترنت.

٧ - وبما أننا في حاجة إلى سرعة اتخاذ القرار فإن التعرف إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت يمثل نقلة في توفير الوقت على المكتبة مما يساعد على سرعة وصول أوعية المعلومات واتخاذ القرار حولها.

١ - ٦: حدود الدراسة:

١ - ٦ - ١: الحدود الموضوعية:

تتناول الدراسة مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ، بحيث تقتصر الدراسة على مواقع الناشرين العرب التجاريين فقط دون مواقع الموزعين أو الناشرين الحكوميين وشبه الحكوميين، ويرجع السبب في استبعاد الناشرين الحكوميين إلى أن أغلب المكتبات لا تتعامل معهم في عملية بناء المجموعات، إضافة إلى أن بعضهم يمكن الحصول على مطبوعاتهم على سبيل

الإهداء أو التبادل، كما أنه لا يوجد لبعضهم مواقع إلكترونية على الإنترنت وإن وجدت فهي بطيئة التحديث في معلوماتها.

١ - ٦ - ٢: الحدود المكانية:

سوف يكون تطبيق هذه الدراسة على المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في المكتبات الكبيرة والمهمة بمدينة الرياض للتعرف إلى مدى استفادة هذه المكتبات من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في تدعيم وتطوير عمليات التزويد لديها، والمكتبات عينة الدراسة هي على النحو الآتي مرتبة هجائياً:

١ - مكتبة الأمير سلمان المركزية بجامعة الملك سعود.

٢ - مكتبة جامعة نايف العربية.

٣ - مكتبة دارة الملك عبدالعزيز.

٤ - مكتبة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية.

٥ - المكتبة المركزية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

٦ - مكتبة معهد الإدارة العامة.

٧ - مكتبة الملك عبدالعزيز العامة بالرياض.

٨ - مكتبة الملك فهد الوطنية.

يضاف إلى ذلك "مكتبة الملك عبدالعزيز العامة - فرع المربع"، وهي مكتبة كبيرة متفرعة من مكتبة الملك عبدالعزيز العامة - المقر الرئيسي، وقد اختيرت ضمن هذه المكتبات للأسباب نفسها.

وقد وقع اختيار الباحث على تلك المكتبات نظراً لأهميتها، ولكبر حجمها، ولأن لها علاقة وثيقة باستخدام الإنترنت في عملية بناء المقتنيات، إضافة إلى أن تلك المكتبات متنوعة في الهدف فهي بين أكاديمية وعامة ومتخصصة ووطنية.

وتركز الدراسة على مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في أهم الدول العربية من حيث تعاملها مع المكتبات في المملكة العربية السعودية بكثرة، وذلك لازدهار حركة النشر والناشرين في هذه الدول بحيث تشمل الأردن، وسوريا، ولبنان، ومصر، بالإضافة إلى المملكة العربية السعودية بلد الدراسة.

١ - ٦ - ٣: الحدود الشكلية:

لا تقتصر الدراسة على شكل معين من أشكال أوعية المعلومات وإنما تشمل أوعية المعلومات بشكل عام دون تحديد بما فيها الكتب والدوريات والرسائل الجامعية بشكلها المطبوع والوسائل السمعبصرية وقواعد البيانات.. إلخ.

١ - ٦ - ٤: الحدود الزمنية:

تتناول الدراسة أبرز مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت حتى نهاية عام ٢٠٠٦م.

١ - ٧: مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها:

تركز الدراسة على استخدام مصطلح التزويد بدلاً من مصطلح تنمية المجموعات في هذه الدراسة، والذي يقصد به الجانب الشرائي فقط ، وذلك لأن مصطلح تنمية المجموعات مصطلح أعم يدخل فيه عمليات متعددة ترتبط بالمجموعات والمستفيدين على حد سواء، لذا سيتم قصر مصطلح التزويد على الشراء فقط والذي يتم بين المكتبات ومواقع الناشرين العرب التجاريين على

الإنترنت دون الجوانب الأخرى التي تشملها تنمية المجموعات من إهداء وتبادل وإيداع، ولعل من أبرز المصطلحات التي وردت في متن الدراسة الآتي:

١ - ٧ - ١: الإعلام الإلكتروني:

شكل من أشكال الإعلام الجاري يهدف إلى تزويد كل مستفيد بصفة دورية بحاجاته من المعلومات والبيانات التي تدخل ضمن نطاق اهتمامه (**حسب الله والشامي، ٢٠٠١م**)، ويقصد به إعلام المستفيد المشترك في موقع الناشر التجاري أياً كان فرداً أو مكتبة بما هو جديد أو يدخل ضمن اهتمامه باستخدام خدمة البريد الإلكتروني.

١ - ٧ - ٢: الإعلانات:

تشغل حيزاً صغيراً من الصفحة أو الدورية أو الكتاب وقد تشغل صفحة كاملة ويكون موضوعها الرغبة في ترويج سلعة أو تقديم خدمة سياحية أو ترفيهية أو دعوة سياسية أو أي غرض آخر ويكون بلون واحد أو أكثر (**حسب الله والشامي، ٢٠٠١م ، ٨٣**)، وهي في هذه الدراسة ما يستخدم في مواقع الناشرين التجاريين من الإعلان عن صدور أوعية جديدة، سواء كانت من منشورات الناشر نفسه أم أي ناشر تجاري آخر.

١ - ٧ - ٣: البيانات الببليوجرافية:

هي البيانات التي تمثل الخواص الببليوجرافية المفردة لمادة من المواد، وهي تشتمل على عناصر الفهرسة الوصفية والموضوعية وعناصر تكشيفية وعناصر استنادية والاستخلاص والبيانات الأخرى المهمة التي تعرف بالوثيقة (**حسب الله والشامي ، ٢٠٠١م ، ٣٢٥**) ، ويقصد بها في هذه الدراسة مواقع الناشرين العرب التجاريين: البيانات الدالة على وعاء المعلومات بشكل مختصر بحيث

تشمل: العنوان، المؤلف، والناشر، والطبعة، وبيانات النشر، وعدد الصفحات، والسعر للوعاء دون الإشارة إلى محتوى الوعاء.

١ - ٧ - ٤: التزويد:

يقصد بمصطلح التزويد في هذه الدراسة الإفادة من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في مجال تنمية المجموعات، وذلك في المجتمع الذي وقع عليه الاختيار.

١ - ٧ - ٥: الروابط:

تنتشر هذه الروابط في النصوص المتشعبة في صفحات الويب، التي هي إما نصوص قصيرة مميزة بخط أسفلها، أو صور خاصة أو ملونة بألوان خاصة ويتم عن طريق النقر عليها الوصول والانتقال بصفحات ويب أخرى (**الربيعي وآخرون**، ٢٠٠١م، ٢٤٦)، ويقصد بها في هذه الدراسة الروابط المستخدمة في مواقع الناشرين والتي تحيل إلى مواقع مشابهة أو أي مواقع مفيدة أخرى.

١ - ٧ - ٦: الصفحات المساعدة:

تحتوي على تعليمات تمكن استعمالها للانتقال إلى المواضيع (**حسب الله والشامي**، ٢٠٠١م، ١١٧١)، ويقصد بها في هذه الدراسة الصفحات التي يعرضها الناشر على موقعه للتعريف بالموقع وكيفية البحث فيه والتعرف إلى محتوياته وطريقة الاتصال بالقائمين على المواقع.

١ - ٧ - ٧: الكلمة المفتاحية:

هي كلمات أساسية في بحث أو مقالة تستخدم في حالات البحث المختلفة (**الربيعي وآخرون**، ٢٠٠١م، ٢٣٨)، ويقصد بالكلمة المفتاحية في هذه الدراسة

الكلمة الدالة التي يمكن من خلالها البحث في مواقع الناشرين العرب التجاريين عن عنوان ما أو مؤلف ما أو موضوع ما.

١ - ٧ - ٨: المستخلص:

ملخص لأهم النقاط الواردة في الوثيقة في شكل من أشكال الببليوجرافيا يحتوي على الكتب، ولكنه يهتم أساسًا بمقالات الدوريات والتي يصاحبها وصف ببليوجرافي مناسب (**حسب الله والشامي**، ٢٠٠١م ، ٣٤)، ويقصد بالمستخلص في هذه الدراسة ما يقدمه موقع الناشر من معلومات مختصرة عن محتويات الأوعية التي يعرضها من خلال موقعه بحيث تعطي صورة مبدئية عن محتوى الوعاء.

١ - ٧ - ٩: الناشرون العرب التجاريون:

يقصد بمفهوم الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت: أولئك الناشرين الذين أسسوا لهم مواقع على شبكة الإنترنت، بغرض عرض إنتاجهم الفكري بتوسع.

الفصل الثاني

الإطار النظري
والدراسات السابقة

٢ - ١: مفهوم التزويد :

مر مفهوم التزويد بحسب ظهوره في علم المكتبات بمرحلتين أحدهما: التزويد التقليدي، والأخرى: التزويد الإلكتروني، وعلى هذا يتطلب تحديد كلا المفهومين من أجل إعطاء تصور واضح وشامل عن مفهوم التزويد وما يقصد به.

٢ - ١ - ١: التزويد التقليدي:

"تنحصر عملية التزويد في التعرف إلى الاحتياجات الفعلية لمواد المكتبة من كتب ومعارف مرجعية... إلخ، سواء من قبل القارئ أو من قبل المختصين في المكتبات، ويتم تحديد هذه الاحتياجات من قبل الناشرين أو الموردين، باتباع خطوات فنية معروفة، وأخيراً الحصول على المواد وإدخالها في سجلات المكتبة عن طريق اتباع خطوات فنية محددة " (**قاري**، ٢٠٠٠م، ١٦).

٢ - ١ - ٢: التزويد الإلكتروني:

في ظل بيئة التقنية الحديثة والمتطورة والنمو المتسارع في مصادر المعلومات الإلكترونية كان لابد للمكتبات بمختلف أنواعها أن تتابع هذا التطور وتحاول أن تستفيد منه باعتباره يؤدي فائدة كبيرة لها بما يسهله من إجراءات مختلفة، ومن أهمها: عملية الوصول إلى المادة المطلوبة بأسهل الطرق وأيسرها، ومن خلال التطور التدريجي في هذه البيئة بدأت المكتبات ومراكز المعلومات في وقت مبكر باستخدام الحاسبات الآلية للقيام بعمليات وإجراءات البحث والشراء، حيث كانت في السابق ترتبط بإجراءات طويلة ومعقدة بما تمثله من رتابة، ومع هذا النمو المتلاحق ازداد التطور التقني ومع هذه الزيادة في النمو ازدادت الإجراءات سهولة وبساطة خصوصاً بعد ظهور الإنترنت، تلك

التقنية الحديثة التي كان لظهورها ما يمكن أن يسمى بالقفزة النوعية في عالم التقنية الحديثة، بحيث أصبح بالإمكان للمكتبات بشكل عام، بل وحتى للمستفيد في منزله أن يدخل إلى مواقع الناشرين التجاريين ويطلب ما يحتاجه من أوعية معلومات في وقت يسير وإجراءات مبسطة، وأمام هذا التطور الكبير في التقنيات الحديثة والذي ساعد المكتبات ومراكز المعلومات في تطوير إجراءاتها وبالتالي ساعد الباحثين في الاستفادة من مقومات هذا التطور بما يسهله لهم من توافر ما يبحثون عنه بيسر وسهولة، انتقلت المكتبات ومراكز المعلومات إلى بيئة إلكترونية متكاملة تغطي جميع إجراءات التزويد من الاطلاع والاختيار فالطلب ثم الإجراء المالي المنتهي بالتسديد.

وعلى هذا يمكن القول إن مفهوم التزويد الإلكتروني ارتبط بدخول التقنية الحديثة إلى المكتبات ومراكز المعلومات بدءاً من استخدام الحاسبات الآلية في إجراءات التزويد وحتى ظهور الإنترنت وانتشار مواقع الناشرين على تلك الشبكة حيث سهلت الشيء الكثير وأصبحت البيئة أكثر رحابة واتساعًا للاستفادة والوصول إلى مختلف أوعية المعلومات بسهولة في ظل هذا التطور الكبير المتنامي.

ولتوضيح ذلك بشكل أكبر فقد ضاعفت الإنترنت من عمليات الإفادة من مصادر المعلومات المتوفرة على الحاسبات الآلية المتصلة به، كما أفاد في تسهيل الإجراءات الفنية وتسريعها، وقدم للمكتبات ومراكز المعلومات نقلة إلكترونية متطورة، حيث يستطيع المستفيدون إيجاد فهارس المكتبات ومراكز المعلومات، والبحث فيها، والحصول على الكثير من الإجابات عن الاستفسارات المرجعية التي يمكن الإجابة عليها من خلال الإفادة من شبكة الإنترنت، كما يمكن البحث في الدوريات الإلكترونية التي تتوافر عليه، ناهيك عن تقديمه وتسهيله لعمليات التزويد لدى المكتبات ومراكز المعلومات حيث بإمكانها

الاختيار والطلب والشراء والسداد من خلال مواقع الناشرين أو الموزعين على شبكة الإنترنت، كل هذا يصب في مفهوم التزويد الإلكتروني في أحدث صوره وأكثرها تطوراً.

٢ - ١ - ٣: إجراءات التزويد وخطواته:

أولاً : الاختيار:

عند عملية الاختيار تستعين أقسام التزويد في المكتبات ومراكز المعلومات بقوائم الناشرين المعدة مسبقاً من الناشرين أو الموزعين وكذلك بالفهارس التجارية لاختيار ما يناسبها منها، كما تقوم بالاختيار من مصادر أخرى متاحة ورقياً كالببليوجرافيات بأنواعها وأدلة المعارض وإعلانات الناشرين في الدوريات والصحف ونقد الكتب ومراجعتها، الذي تنشره الدوريات وغيرها، يلي ذلك التحقق من العناوين المختارة وذلك بمطابقتها على العناوين المدرجة على الفهارس البطاقية للمكتبة وعلى أوامر التوريد.

ثانياً : إعداد أوامر الشراء:

يشمل أمر الشراء البيانات الببليوجرافية والتي تتكون من العنوان والمؤلف والناشر ومكان النشر والطبعة والسعر وتاريخ النشر، وتكون هذه البيانات دقيقة بشكل كبير ولهذا يحتاج لمراجعتها ومطابقة بياناتها بما هو متوافر من مصادر معلومات خاصة بالمكتبة.

ثالثاً : إرسال أوامر الشراء:

بعد إصدار أوامر الشراء ترسل للناشر أو المورد مرفق بها تعميد يقضي بتوفير الطلبية محدد بفترة زمنية حسب ما تقتضيه أنظمة المكتبة، ويحفظ نسخة من أمر الشراء في الملفات الخاصة بالناشرين أو الموردين لمتابعتها.

رابعاً : متابعة أوامر الشراء:

يتم متابعة أوامر الشراء من خلال البريد العادي أو الهاتف وذلك للسؤال عن تأخيرها أو لتعديل بعض البيانات أو لإلغاء بعض المواد أو استبدالها.

خامساً : استلام أوعية المعلومات:

عندما تصل المواد المطلوبة فإنه يتم فتح الطرود ومراجعتها على فاتورة الناشر أو الموزع أو كشف التعبئة ومطابقتها على أوامر الشراء وذلك لمضاهاة المواد المطلوبة والتأكد من وصولها كاملة حسب ما تم طلبه، كما يتأكد من سلامتها وخلوها من العيوب، ومن ثم يتم استكمال إجراءات الفواتير واستلامها ليتم تسديد المبالغ المستحقة للناشر أو الموزع وتحول الكتب للتسجيل في سجلات عهدة المكتبة لتتاح للمستفيدين لاحقاً.

٢ - ١ - ٤: مراحل التحول من التزويد التقليدي إلى التزويد الإلكتروني:

يشير علوه إلى أن التحول من التزويد التقليدي إلى التزويد الإلكتروني تم عبر ثلاث مراحل هي على النحو التالي:

١ - في المرحلة الأولى كثفت الجهود والطاقات لإعداد شبكة قادرة على تغطية أنشطة المكتبة مكونة من حاسبات آلية ينظم التعامل معها خادم شبكة عالي الأداء حيث يتم تشغيلها ببرمجيات منتقاة.

٢ - في المرحلة الثانية تم التركيز على علاج مواطن الضعف التي برزت خلال تطبيق إنجازات المرحلة الأولى فضلاً عن التزويد بعدد إضافي من مصادر المعلومات الإلكترونية المقرر تزويد المكتبة بها خلال هذه الفترة، ومن ثم التقييم الدقيق للخدمة من جميع جوانبها.

٣ - المرحلة الثالثة تتمثل في ربط المكتبة بالمكتبات ومراكز المعلومات المناظرة على المستوى المحلي وما يتبع ذلك من اتصال بقواعد المعلومات الدولية؛ وخلال هذه المرحلة تم تطوير شامل للنظام الإلكتروني (**علوه، ٢٠٠٦م، ٣٣**).

٤ - ويمكن أن تضاف مرحلة رابعة وهي مرحلة الاعتماد على التزويد من خلال شبكة الإنترنت بربط المكتبات ومراكز المعلومات إلكترونياً مع مواقع النشر والناشرين على شبكة الإنترنت والاعتماد على تلك المواقع في تطوير مقتنياتها وتنميتها.

٢ - ٢: نشأة التزويد الإلكتروني وتطوره:

في ضوء الكم الكبير والمتزايد من الإنتاج الفكري أصبح من الصعب السيطرة على أوعية المعلومات من حيث الاطلاع عليها ومتابعتها وطلبها: حصراً وتنظيماً واسترجاعًا عند الحاجة إليها وذلك بالأساليب التقليدية، لذلك وأمام هذا التحدي الكبير كان على المكتبات ومراكز المعلومات أن تستفيد من معطيات العصر مواكبة في ذلك التطور التقني المعاصر ومستفيدة منه في إجراءاتها الفنية وعلى رأسها عملية التزويد التي هي اللبنة الرئيسية في تطوير وتنمية مجموعات المكتبات ومراكز المعلومات، وأمام هذا التحدي الكبير كان ظهور الحاسبات الآلية وتقنيات المعلومات الأخرى قمة إنجازات الثورة العلمية والتقنية الحديثة في مجال المعلومات، إذ أتاحت هذه التقنية إمكانية تخزين كميات كبيرة من البيانات ومعالجتها، واسترجاع المعلومات وبثها بسرعة هائلة وبتكاليف معقولة، فضلاً عن التقليل من حدة الأعمال الروتينية المتزايدة وتحقيق الدقة في النتائج وتوفير طاقة تخزين عالية للبيانات وتحسين طرق وأساليب التعاون مع المستفيدين والحصول على أفضل الخدمات لتلبية احتياجات البحث والدراسة.

ويذكر الجندي أنه مع دخول هذه النظم الآلية جميع مجالات الحياة كانت المكتبات قد استغلتها لتطوير وظائفها والارتقاء بخدماتها وفقاً للدقة والسرعة التي يكفلها الحاسب الآلي، وكان بداية استغلالها داخل المكتبات أولاً في ميكنة إجراءات الإعارة والفهرسة وذلك لتوحيد إجراءات كل من العمليتين في أنواع المكتبات كافة، ولم يكن من السهل ميكنة إجراءات التزويد في بادئ الأمر، وذلك لأن هذه العملية تنطوي على اختلافات كثيرة بين المكتبات في إجراءات الشراء وأساليب المعاملات المالية التي تخضع عادة لسيطرة وحدة أخرى في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الأم التي تتبعها المكتبة إلا أنه تم التغلب على هذه الاختلافات في الإجراءات بتصميم نظم إلكترونية تكفل الحصول على عدد كبير من الصيغ المتنوعة الخاصة بإجراءات التزويد والتقارير المالية (**الجندي، ١٩٩٩م، ١١١**).

وعند ظهور شبكة الإنترنت كانت تمثل تطوراً نوعياً تقنياً فتح الباب على مصراعيه ليس أمام المكتبات ومراكز المعلومات فحسب بل تعدى ذلك للمستفيدين من التسوق التجاري العادي في أشكال البضائع وأنواعها كافة من قبل فئات المجتمع بمختلف مستوياتهم، وبهذا الظهور الكبير والمتطور للإنترنت، استغلت المكتبات ومراكز المعلومات العالمية هذا التطور حيث استفادت منه في بناء وتنمية مقتنياتها من أوعية المعلومات المختلفة، بل وعملت على إنشاء مواقع إلكترونية لها، لتقدم من خلالها خدماتها للمستفيدين في مختلف أصقاع العالم المترامية ووضع فهارسها على تلك الشبكة لتمكين المستفيدين من الاطلاع عليها والاستفادة منها، ولم يكن الناشرون بمنأى عن الاستفادة من هذا المجال فقام الناشرون التجاريون بإنشاء مواقع لهم على الإنترنت متيحين بذلك إمكانية الاستفادة من إنتاجهم

الفكري لمن يرغبون في اقتنائه، وهذا كله يساهم في خدمة المكتبات ومراكز المعلومات والمستفيدين بتقليص الإجراءات الروتينية كما يسهل الوصول إلى أوعية المعلومات المختلفة، ويساعد على الاطلاع على كل جديد والإفادة منه بأبسط الطرق وأسهلها.

٢ - ٢ - ١: سمات التزويد الإلكتروني ومزاياه:

إن عصر الطرق التقليدية في التزويد لدى المكتبات ومراكز المعلومات تقلص وبدأت مرحلة جديدة أكثر اعتماداً على التقنية الحديثة المعتمدة على التزويد الإلكتروني الذي من أهم خصائصه ومزاياه الآتي:

١ - أن مصادر التزويد الإلكتروني أصبحت سمة العصر حتى في الاعتماد على الأدوات الإلكترونية المساعدة في الاختيار.

٢ - أصبح التزويد الإلكتروني عن طريق مواقع الناشرين هدفاً أساساً تتجه إلى الاعتماد عليه كثير من المكتبات ومراكز المعلومات.

٣ - التزويد الإلكتروني عن طريق الإنترنت بما يضمه من مواقع إلكترونية أصبح يلبي احتياجات المكتبات والمستفيدين بسهولة ويسر دون بذل كثير من الجهد وإهدار الوقت.

٤ - يوفر التزويد الإلكتروني للمستفيد كماً ضخماً من أوعية المعلومات مقارنة بالتزويد التقليدي المحدود.

٥ - أصبح من الممكن الاطلاع على ما ينشر من أوعية معلومات مختلفة من خلال الإنترنت وما تضمه من مواقع ناشرين أو موزعين، وبالتالي تخطي تلك الحواجز المكانية والحدود الدولية التي تفرضها الإجراءات التقليدية حيث يمكن اختصار الجهد والوقت في الحصول على المعلومات عن بعد.

٦ - يتيح كثير من مواقع الناشرين نشر بعض البحوث والقراءات حول بعض الكتب مما يساعد في عمليات الاختيار ويتيح أيضاً فرصاً كبيرة لنشر نتائج العديد من البحوث فور الانتهاء منها.

٧ - تحقيق السرعة في إجراءات التزويد والرفع من معدلها.

٨ - المساعدة في خفض تكاليف التزويد وبالتالي الاستفادة من الميزانية.

٩ - الاستفادة من التزويد الإلكتروني يعد مواكبة للتطور والأخذ بأسبابه وملاحقة النمو في مجال التقنية الحديثة لتطوير الأداء والاستفادة من مخرجات التقنية.

١٠ - تسهيل البحث والاستفسار عن أي مادة سواء كانت مطلوبة أو غير مطلوبة، وطلب نسخ جديدة أو إضافية.

١١ - تسجيل معلومات تفصيلية عن ناشري الكتب لمعرفة أيهم أقدر على توفير مادة معينة بأرخص الأسعار وبالسرعة الممكنة.

١٢ - بالإمكان إرسال الطلب بالاتصال المباشر مع الناشر أو التعديل على المواد المطلوبة.

١٣ - البحث في قواعد بيانات خارجية لتوفير عناوين تم اختيارها من مكان آخر.

١٤ - قدرة النظام الآلي على احتواء جميع المواد لتشمل الدوريات والمطبوعات الحكومية والمواد السمعية البصرية والمصغرات الفلمية... إلخ.

١٥ - استخراج التقارير والإحصاءات المختلفة كافة وإصدار نماذج الطلبات والمراسلات بأشكالها المختلفة آلياً.

٢ - ٢ - ٢: نشأة الإنترنت:

قبل الحديث عن الإنترنت وخدماتها ومجالات استخدامها والاستفادة منها في المكتبات ومراكز المعلومات لا بد من إعطاء نظرة تاريخية عن شبكة الإنترنت وتطورها، حيث كان بداية استخدامها في أواخر الستينات الميلادية من القرن الماضي وذلك بإقامة شبكة تجريبية تضم أربعة مواقع ذات طبيعة عسكرية في الولايات المتحدة الأمريكية لضمان التواصل المستمر بينها، وفي أوائل السبعينات الميلادية زاد عدد المواقع المرتبطة بهذه الشبكة حيث شملت اثني عشر موقعاً، وفي عام ١٩٧٣م كان أول ربط دولي عبر الإنترنت، وفي أوائل الثمانينات الميلادية ثم إنشاء بروتوكولات لتسهيل الربط عبر الإنترنت مثل IP/TCP لمراقبة التبادل وبروتوكول إنترنت Internet Porotocol، وبعد ذلك تم فصل الجزء العسكري عن الإنترنت وإنشاء شبكة جديدة للربط العسكري تدعى MILNET، وفي عام ١٩٨٩م تحقق أول مشروع بين شبكة الإنترنت وشركات خاصة، حيث يحمل الرسائل الإلكترونية لأغراض تجارية، كما تم إنشاء شبكة النسيج العالمي للمعلومات WWW: World Wide Web، وفي عام ١٩٩١م ظهر نظام Gopher جوفر للإبحار عبر الإنترنت، وفي عام ١٩٩٢م انتشرت منظومة النسيج العالمي الواسع للربط بين الشبكات وبانتشارها انتشر الإنترنت وشاع استخدامه، وفي عام ١٩٩٣م تم ربط البيت الأبيض (مقر الرئاسة الأمريكية) بشبكة الإنترنت، وظهر نظام الإبحار عبر الإنترنت وانتشر بشكل واسع على الأجهزة الشخصية.

وأخذت الإنترنت تتطور وتوفر تسهيلات للبحث فيها دون مشقة كابتكار آليات البحث Search Engines التي يمكن تلخيصها في الأمثلة التالية:

محرك جوجل Google: يعد من أكبر وأهم محركات البحث حالياً، وخاصة عند البحث باللغة العربية لوجود صفحة بحث باللغة العربية كما يتميز بسهولة البحث www.Google.com.

محرك هوت بوت Hot Bot : يعد من أكبر محركات البحث على الإنترنت، إذ يغطي الثلث تقريباً من محتويات الإنترنت www.hotbot.com.

محرك ألتافيستا Altavista: يعد من أكبر محركات البحث على الإنترنت وأسرعها وتعتبر قاعدته من أكبر قواعد المعلومات في محركات البحث . www.Altavista.com.

محرك إكسايت Excite: آلية بحث تستعمل لتسهيل الوصول إلى المعلومات بإدخال جملة كاملة أو شبه جملة في لغتها الطبيعية، وهو من المحركات الجيدة الذي يتميز بالسهولة في الاستخدام www.excite.com.

محرك ودليل ياهو Yahoo: يعد ياهو دليل موضوعات وبما أنه يملك قاعدة معلومات كبيرة يصنف أيضاً على أنه محرك بحث، وهو مرتب هجائياً تحت أربعة عشر موضوعاً رئيسياً www.Yahoo.com.

دليل جالاكسي Galaxy: آلية بحث، وهو كشاف يشمل معلومات التجارة الإلكترونية Electronic Commerce، حيث يعد أحد الأدلة المهمة في الإنترنت، www.galaxy.com.

محرك ليكوس Lycos: هو أحد محركات البحث الجيدة ويعد من أقدمها وهو كشاف شامل يمكن من الوصول إلى المعلومات في الشبكة من صور ونص وصوت، ويمكن للمستفيد أن يبحث في صفحات الويب لهذا المحرك بطريقة سهلة وبسيطة .www.lycos.com.

ويعد نتسكيب **Netscape** أشهر برامج عرض المعلومات الذي أدى إلى نمو استخدام الإنترنت بسرعة مذهلة بحيث أصبح عدد المشتركين فيه بالملايين وينمو هذا العدد باطراد مستمر، وهكذا تحول الإنترنت من مشروع يخدم القوات المسلحة الأمريكية إلى مكتبة عالمية تخدم الباحثين والدارسين في مختلف أنحاء الكرة الأرضية بمجرد اشتراك في خط اتصال.

١ - متطلبات شبكة الإنترنت:

عند اشتراك المكتبات ومراكز المعلومات في الإنترنت فإن عليها أن توفر المقومات الآتية:

أ - اتصالات:

- خطوط الهاتف العادية وهي قليلة التكلفة نسبياً، ولذلك يستخدم معظم الناس طريقة الاتصال الهاتفي العادي للاستفادة من خدمات الإنترنت.
- خطوط الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة (Integrated Services (ISDN Network Digital ذات السرعة العالية، لربط عدد من الحاسبات ووصلها بالإنترنت، وتستخدم هذا النوع من الخطوط الشركات الصغيرة.
- الخطوط المستأجرة، وتستخدمها الشركات الكبرى والجامعات وهذه الخطوط أسرع من سابقتيها، غير أنها باهظة التكاليف.
- خطوط DSL .

ب - تجهيزات مادية :

- حاسب، وكلما كانت مواصفات الحاسب متطورة وذات كفاءة عالية كانت الخدمة أفضل.

- مودم Modem، ويمكن أن يكون المودم داخل جهاز الحاسب أو جهازاً مستقلاً مرتبطاً معه.

ج - برمجيات:

وهي برامج يستطيع المستخدم من خلالها استعراض المواقع المختلفة سواء أكانت صور، أصوات، رسوم، بيانات نصية.. إلخ، وجزء كبير من هذه البرامج موجود على الأجهزة الحديثة ويمكن تنزيل البرامج الأخرى إما من المزود أو من المواقع الموجودة على الإنترنت.

د - حساب اشتراك مع إنترنت:

وهذه يتطلب اختيار مزود الخدمة Provider والاتفاق معه على ارتباط المكتبة أو مركز المعلومات معه عبر الخط الهاتفي الخارجي وتوقيع عقد اشتراك بالشبكة لأن هناك رسم اشتراك بالشبكة أولاً، كما أن هنالك بعض خدمات الشبكة وتطبيقاتها لها تكاليفها المنصوص عليها.

هـ - اسم الدخول Login Name :

يتعين على مزود الخدمة أو مدير النظام أن يخصص للمشترك اسماً يستطيع الحاسب الذي يريد أن يتصل به أن يتعرف منه إلى المشترك من دون استخدام كلمة مرور ، بل يكفي فقط إدخال رقم هاتف مزود الخدمة ثم إجراء الاتصال.

٢ - تحديد وسيلة الاتصال بشبكة الإنترنت بواحدة من ثلاث طرق:

يحدد لطفي أن وسيلة الاتصال بالإنترنت تتم عبر ثلاث طرق هي على النحو الآتي:

أ - **الاتصال المباشر:** وفيه يحصل الحاسب على رقم (IP)، وهي اختصار لعبارة Internet Protocol وهو بمثابة الهوية الشخصية التي يتعرف بها المتصل بالإنترنت، حيث يكون لكل جهاز يدخل إلى الإنترنت رقم خاص به يسمىIP Adress وهو مجموعة من الأرقام مخصص له على الشبكة ويتم الاعتماد على خط مؤجر يمكن الحاسب من الاتصال ٢٤ ساعة يومياً على الشبكة.

ب - **محاكاة المنافذ:** وفيه يتم الاتصال بواسطة الحاسب الآلي الشخصي بأحد الحاسبات المتصلة اتصالاً مباشراً بالإنترنت عن طريق خط الهاتف العادي فيعمل الحاسب الشخصي وكأنه شاشة للحاسب المضيف، وهنا لا يتم تخصيص رقم (IP) للحاسب الشخصي، إذ يعتمد على رقم (IP) الخاص بالحاسب المضيف.

ج - **الاتصال بأسلوب** (PPP) أو Point to Point Protocol وهنا يتم تخصيص رقم (IP) للمودم والخط المستخدم في الاتصالات بالحاسب المضيف فتتعامل الشبكة مع الحاسب الشخصي وكأنه حاصل على رقم (IP) مخصص له طوال فترة الاتصال (**لطفي**، ٢٠٠٠م، ٦١).

٣ - مميزات الإنترنت :

أ - السرعة والسهولة في الحصول على المعلومات بجهد أقل وفي وقت قصير.

ب - سهولة الاشتراك فيها نظراً لتوفر برمجيات الاتصال.

ج - تكلفة الحصول على المعلومات ميسرة إذا ما قورنت بالطرق التقليدية.

د - حرية البحث والحصول على المعلومات المختلفة وفي أي الموضوعات.

هـ - تنوع المصادر التي يمكن الارتباط معها، وهذا بدوره يؤدي إلى تنوع المعلومات التي يمكن الحصول عليها، مكتبات، جامعات، مراكز بحث، أفراد.

و - تساعد الإنترنت على زيادة الوعي لدى المجتمعات وتكسر الحواجز بينها بما تؤديه من ارتباط شبكي معلوماتي متصل.

ز - إمكانية الاتصال المباشر بمواقع وشبكات مختلفة وبكلفة ميسرة.

ح - يمكن أن يستفيد منها جميع أفراد المجتمع بمختلف فئاته ومستوياته.

٤ - سلبيات الإنترنت :

بما أن هناك مزايا لاستخدام الإنترنت فكذلك يحيط بها بعض المساوئ والسلبيات التي صاحبت استخدامها، فهي سلاح ذو حدين إلى أنه في الاعتقاد العام كانت فوائدها ومزاياها أكثر بكثير من السلبيات، ويمكن أن يشير الباحث هنا إلى بعض هذه السلبيات فمنها:

أ - يمكن أن يتعرض البريد الإلكتروني وهو الأكثر استخداماً من الجميع، سواء كانوا أفراداً أو هيئات للاختراق والمضايقات، وقد صممت لذلك العديد من برامج الحماية.

ب - إمكانية استخدام الإنترنت من قبل ضعاف النفوس فيما ينافي الآداب والأعراف والمبادئ الدينية والسياسية .

ج - المشاكل المالية التي قد تقع من خلال استخدام هذه الشبكة، وذلك لعدم كفاية برامج الحماية وضعف التشريعات القانونية، وخصوصاً في العالم العربي.

د - يتعرض المؤلفون والناشرون لفقدان حقوقهم الأدبية وحقوقهم في النشر من قبل العديد من المواقع أو الأفراد الذين يسطون على إنتاجهم الفكري ويستنسخونه وينشرونه على الإنترنت مما يترتب عليه سلب للحقوق الأدبية والفكرية والمالية.

هـ- ما قد يحدث فجأة من بطء في الاتصال أو توقف مما قد يترتب عليه فقدان بعض المعلومات التي لم يتم حفظها من قبل، كما يترتب على هذا البطء أو الانقطاع تعطل كثير من الجهود والأعمال المعتمدة على استخدام الإنترنت.

و - من المشاكل الاجتماعية التي قد يسببها الإنترنت هو إدمان بعض المستخدمين له على قضاء الساعات الطوال خلف الشاشة وبالتالي الانقطاع ربما حتى عن عائلاتهم، حيث يحبذ بعضهم التواصل والحديث مع الناس إلكترونياً، مما قد يسبب فجوة اجتماعية.

٥ - واقع الإنترنت في الوطن العربي:

بما أن هذه الدراسة تعني في المقام الأول الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فإن من المناسب استيضاح الواقع العربي حيال الإنترنت وما قيل حوله.

يمثل سكان العالم العربي جزءاً كبيراً من المجتمعات الإنسانية المحيطة، وهو مجتمع يؤثر ويتأثر بما يقع حوله من أحداث واكتشافات، إلا أنه - بنظرة عامة - ليس سريع التأثر تقنياً وإن كان يتلقف كل شيء، ويحاكي كثيراً من التطورات لكنه ربما يتأخر في ذلك حتى تتضح الصورة نحو هذا القادم الجديد وبالذات في عالم التقنية، وربما هناك أسباب أخرى تدعو لتأخره في متابعة التقنية الحديثة بالصورة المأمولة خصوصاً في مراحل البدايات التي سوف يتعرض لها الباحث في الصفحات القادمة.

ومع أن انتشار الإنترنت بدأ كخدمة متاحة للجميع في الدول الغربية في مطلع التسعينات الميلادية إلا أن استخدامه لم يظهر بالصورة الواضحة في الدول العربية إلا في نهاية التسعينات من القرن العشرين الميلادي وهي صورة

ضعيفة نوعًا ما، حيث لم تكن كما يؤمل منها، وقد تعرض لهذه المرحلة عدد من الكتاب بشيء من التعليق والنقد.

فيذكر مراد أن عدد سكان الوطن العربي يبلغ تقريباً أكثر من ٢٥٠ مليون نسمة في حين لم يتجاوز عدد مستخدمي الإنترنت من الوطن العربي في عام ١٩٩٩م مليون مستخدم في أكثر الإحصاءات تفاؤلاً وهناك أسباب كثيرة تكمن وراء عدم الانتشار الواسع للإنترنت في الوطن العربي (**مراد، د.ت، ٨٣**).

وتقول بهجة بومعرافي إنه عند استعراض مسيرة المكتبات ومراكز المعلومات في الوطن العربي نجد أن أغلبها إن لم تكن كلها تعاني من نقص واضح في الخبرات والمصادر المالية لمواكبة التطورات التي يشهدها عالم المعلومات، ويبدو أن دخول الإنترنت إلى المكتبات العربية يسير ببطء (**بومعرافي، ١٩٩٩م، ٧٤**).

وعلى هذا يمكن القول إن هذا التأخر في دخول الإنترنت بصورته الكاملة وعدم انتشارها وتطبيقها بالصورة الملائمة في العالم العربي والبطء الذي صاحب دخولها يعود إلى عدد من الأسباب والمؤثرات يذكر الباحث منها التالي:

أ - ضعف الإمكانات المادية في كثير من البلاد العربية والانخفاض النسبي لدخل الفرد فيها إذا استثنيت من ذلك دول الخليج العربي.

ب - الخوف المصاحب دوماً لكل قادم جديد في مجال تقنية الاتصالات من أن تؤثر على عادات المجتمع العربي المسلم المحافظ وتقاليده.

ج - حاجز اللغة حيث إن معظم المواقع على الإنترنت كانت تتعامل باللغة الإنجليزية بينما كثير من الأفراد في الوطن العربي لا يجيدون استخدام هذه اللغة، كما أن اللغة قد تقلل أيضاً الاستفادة من قواعد المعلومات العالمية الموجود معظمها بهذه اللغة.

د - قلة الخبرة مما كان له الأثر في ضعف انتشار الإنترنت خصوصاً في البدايات.

هـ - عدم إجادة استخدام الحاسبات الآلية والتي تعد عنصراً أساسياً لاستخدام شبكة الإنترنت، حيث يعد هذا عائقاً، خصوصًا في بدايات دخول الإنترنت.

و - مشكلات تتعلق بالبنية التحتية لتقديم خدمات الإنترنت، حيث لم تكن بالصورة المطلوبة من حيث جودة الاتصالات وسرعتها.

ز - قلة الوعي بما تتيحه الشبكة من فرص معرفية وبحثية واستثمارية وإعلامية... إلخ.

ح - ارتفاع كلفة الاشتراك أحيانًا في بعض الدول العربية.

ط - حداثة دخول شبكة الإنترنت وانتشارها في معظم البلدان العربية، فقد ارتبطت البلدان العربية بشبكة الإنترنت خلال السنوات القليلة الماضية بشكل كامل بحيث تستثمر كل التطبيقات أو البريد الإلكتروني واستخداماته المختلفة فقط.

ي - نقص التدريب والبرامج الداعمة لذلك.

٢ - ٣ : توظيف الإنترنت في عملية التزويد:

سوف يتطرق الباحث في الصفحات القادمة إلى مجالات استخدام الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات بشكل عام، وكذلك الصعوبات التي تواجه المكتبات ومراكز المعلومات لدى استخدامها الإنترنت، ومن ثم التفصيل في استخدام هذه الشبكة في عملية التزويد.

٢ - ٣ - ١: مجالات استخدام الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات:

هناك العديد من المجالات التي يتم من خلالها استخدام الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات لعل من أبرزها التالي:

١ - البريد الإلكتروني Electronic Mail :

يعد البريد الإلكتروني من الخدمات الأكثر انتشاراً وهو يمثل خدمة إرسال الرسائل واستقبالها من حاسب إلى حاسب آخر، كما يمكن من خلاله إرسال الملفات الخاصة بما في ذلك الصور والأصوات والبرامج والأشرطة المرئية، كما يمكن الاستفادة منه خصوصاً في الأقسام المرجعية بالمكتبات ومراكز المعلومات وذلك في استقبال طلبات المستفيدين وأسئلتهم والإجابة عليها وإرسال ملفات بقوائم لبعض العناوين التي تهمهم في أبحاثهم، كما أصبح البريد الإلكتروني الآن يستخدم وسيلة اتصال مهمة مع مواقع الناشرين في طلب أوعية المعلومات والاستفسار عنها ومتابعتها.

٢ - تطوير المجموعات وتنميتها:

أفادت إدارات تنمية المجموعات في المكتبات ومراكز المعلومات من الإنترنت في بناء مقتنياتها وتطويرها، حيث استفادت منها في عملية الاختيار لأوعية المعلومات وشرائها عن طريق مواقع ناشرين أو موزعين، ومن خلاله أيضا بإمكان المكتبات ومراكز المعلومات التعرف إلى كل ما يصدر في مجال اهتمامهم من أوعية معلومات جديدة، كما يمكن الاطلاع على فهارس المكتبات ومراكز المعلومات المختلفة سواء كانت حكومية أو تجارية، وبالإمكان الاطلاع على الببليوجرافيات وقوائم الناشرين والشراء والسداد عن طريق مواقع الناشرين والموزعين على الإنترنت.

٣ - الدخول إلى فهارس المكتبات العالمية:

أصبح بالإمكان الاطلاع على العديد من فهارس المكتبات ومراكز المعلومات التي أتيحت عن طريق الإنترنت، حيث أصبح من الممكن للمستفيد الاطلاع على تلك الفهارس من أي مكان كان والإفادة منها.

٤ - الاشتراك في الدوريات:

لقد قدمت الإنترنت خدمة كبيرة للمكتبات المتخصصة والأقسام العلمية بشتى أنواعها وخصوصاً فيما يخص الدوريات العلمية ذات الكلفة العالية والتي تمثل ركيزة أساسية من ركائز مصادر المعلومات، حيث أصبحت وبعد ظهور الإنترنت العديد من الصحف والمجلات متاحة للجميع فضلاً عن آلاف الكتب التي تنشر سنوياً في الإنترنت.

٥ - تسويق خدمات ومصادر المعلومات:

من أبرز مجالات استخدام الإنترنت في إطار المكتبات استغلالها في تسويق الإنتاج الفكري، فقد عملت الكثير من المكتبات ومراكز المعلومات بمختلف توجهاتها وأنواعها ومقاصدها على إنشاء مواقع لها على الإنترنت، إما من أجل نشر فهارسها والتعريف بما لديها من خدمات ومقتنيات، أو بغرض نشر إنتاجها من أوعية المعلومات وإتاحته للراغبين فيه عن طريق البيع، حيث يعد إنشاء هذه المواقع على شبكة الإنترنت وسيلة تسويقية تعزز تلك الأدوات التقليدية وتدعمها، بل وتتفوق عليها؛ لذلك تعد مواقع الناشرين أو حتى مواقع المكتبات الخدمية انطلاقة في فضاء أرحب وانتشاراً أكبر لا يتوقف عند حدود جغرافية معينة بل يسابق الزمن في الوصول إلى المستفيد في مكتبه أو مسكنه.

بالإضافة إلى تلك المجالات والخدمات المباشرة التي تستفيد منها المكتبات ومراكز المعلومات: هناك مجالات وخدمات أخرى يستفيد منها جميع مستخدمي الإنترنت بشكل عام، وذلك بما تتيحه من إمكانات وتوفره من تسهيلات.

٢ - ٣ - ٢: الصعوبات التي تواجه المكتبات عند استخدامها للإنترنت:

رافق ظهور الإنترنت مشكلات كثيرة وما زالت مشكلات أخرى تظهر بين حين وأخر وهو أمر طبيعي: ومن بين أهم المشكلات التي تواجه المكتبات على عند استخدامها للإنترنت الآتي:

١ - صعوبة الاتصال في بعض الأحيان وانقطاعه أحياناً أخرى، مما قد يؤثر على عمل المكتبات ومراكز المعلومات في تقديمها لخدماتها بشكل أفضل.

٢ - عدم الحصول على المعلومات المناسبة عند البحث وذلك بسبب عدم اختيار أداة البحث المناسبة أو عدم اختيار الكلمات المفتاحية المناسبة، كذلك عدم تكشيف هذه المواقع في محركات البحث المعروفة.

٣ - اعتراض رسائل البريد الإلكتروني وقراءتها، واختراق الأجهزة والتسبب في إرسال الفيروسات التي تؤدي إلى مسح نظام التشغيل أو حذف ملفات النظام وتعطيله.

٤ - سرقة الهوية الذاتية والاعتمادات المالية للمكتبات أو للأفراد كل ذلك يجعل المكتبات تحذر من الاقتراب من الخدمات المباشرة التجارية، إلا أن بعض هذه المخاوف قد تقلصت بسبب وجود بعض الأنظمة والبروتوكولات الأمنية بمستويات مختلفة لتحقيق أهداف متعددة للأمن الخاص بالمؤسسات.

٥ - غياب حقوق الملكية والنشر على الإنترنت وعدم تفعيل قانون لحماية المعلومات جعل المكتبات تتخوف من استخدامها للإنترنت.

٢ - ٣ - ٣: استخدام الإنترنت في عملية التزويد:

تعد عملية التزويد إحدى أهم العمليات المكتبية الرئيسة في المكتبات ومراكز المعلومات بمختلف أنواعها وخدماتها، لذلك فإن العاملين في أقسام التزويد يدركون أهمية السياسة التطويرية للمكتبات التي يعملون بها، والتي تبدأ من هذه الأقسام بالدرجة الأولى لذلك فإن المكتبات ومراكز المعلومات في أي مجتمع هي بوابة أساسية في تطور المجتمع وإشارة مهمة على نهوضه، وتسعى المكتبات ومراكز المعلومات إلى الاستفادة من التقنيات الحديثة في النهوض بقدرات المجتمع ومواكبة التطلعات العالمية خصوصاً إذا توفر الدعم المالي الكافي.

وعليه فإن العاملين في أقسام التزويد ينبغي أن يكونوا على اطلاع واسع ومستمر بما يستجد في سوق النشر من جديد يهم المكتبات ومراكز المعلومات ويخدم المجتمع ويسهل طرق الاستفادة منها، لكي تستطيع المكتبات ومراكز المعلومات أن ترتقي بخدماتها وتحقق أهدافها بتلبية رغبات المستفيدين، كما يجب عليها أن تستعين بما يصدر من تقنيات حديثة تتيح الاستفادة من أدوات الاختيار من ببليوجرافيات وأدلة ومواقع ناشرين أتاحتها الإنترنت وسهلت عملية الوصول إليها وإمكانية الاستفادة منها لتخدم بذلك عملية التزويد لديها وتسهل الوصول إلى أوعية المعلومات بيسر وسهولة، كما يمكن تفعيل عمليات التزويد عن طريق الإنترنت ليتم الاطلاع على مواقع الناشرين من خلاله والاختيار منها ما يناسب، ومن ثم طلبه بعد تعبئة النماذج المعدة لذلك إلكترونياً وإرسالها آليًا إلى المسئولين في تلك المواقع، ومن ثم استلامها بعد التسديد بالطرق المتاحة في وقت أقصر وبجهد أقل.

ويشير الجبري في إحصائية له إلى أن " أن مجموع مبيعات الكتب في العالم قد بلغت ٣٠ مليار دولار لعام ١٩٩٩م بارتفاع نسبته ٦,٣٪ عن العام الذي قبله (١٩٩٨م)، أما مبيعات الكتب من الإنترنت فقد ارتفعت نسبتها ٣٠٠٪ بين عام ١٩٩٧م وعام ١٩٩٨م حيث بلغت ٦٥٠ مليون دولار ويستنتج من ذلك أن نسبة نمو مبيعات الكتب على الإنترنت أعلى بكثير من البيع التقليدي حيث ساهمت تلك التقنية في سرعة تداول أوعية المعلومات حول العالم وسهلتها" (**الجبري**، **٢٠٠١م**، ٧١).

وقد أورد الباحث هذه الإحصائية القديمة نسبيا لملاحظة التطور الكبير في الاعتماد على خدمات الإنترنت وبالذات عملية الشراء من خلالها والزيادة الكبيرة لتلك النسبة في السنوات الماضية، مما يعني أن هذه النسبة، في اطراد مستمر، وربما في المستقبل يكون الاعتماد بشكل أكبر على مواقع الناشرين التجاريين لتدعيم عمليات التزويد في كثير من المكتبات، وهو يعطي دلالة واضحة على أن العالم يسير نحو التقدم الإلكتروني نحو الاعتماد المباشر على تلك المواقع في دعم وظائف المكتبات ومراكز المعلومات وخصوصاً عملية التزويد.

لذلك فقد بدأت مواقع الناشرين التجاريين في العالم عموماً، والمهتمة بأوعية المعلومات خصوصاً، في الظهور على الإنترنت منذ أوائل التسعينات من القرن العشرين، والآن يوجد الكثير منها على الإنترنت وهي في تطور مستمر ذلك لأن مواقع الناشرين لأوعية المعلومات لاقت قبولاً وصارت أكثر شعبية لدى عملائها، وقد استطاعت المكتبات استخدام الخدمات المتعددة بواسطة هذه المواقع في تنمية مقتنياتها، وهذه المواقع لا تجعل المكتبات ومراكز المعلومات تستبدل طرقها التقليدية في التزويد في الوقت الحالي لكن كلما قدمت هذه

المواقع العديد من الخدمات سوف تجعل المكتبات ومراكز المعلومات تنظر إليها باعتبارها ركناً أساسياً في أساليب وطرق التزويد لديها.

فمن المؤمل أن تستفيد المكتبات من الإنترنت في عملية التزويد، وذلك بما تتيحه هذه الشبكة من إمكانات ساعدت في تواجد العديد من مواقع الناشرين عليها، وهذا بدوره سوف يسهل على المكتبات ومراكز المعلومات تتبع أوعية المعلومات واختيار المناسب منها وطلبها عن طريق الشراء مع بساطة في وسائل السداد الإلكترونية المتاحة، وكل هذا يؤدي إلى توفير في النفقات والوقت والجهد المبذول، ورغبة في الاستفادة من الإنترنت في التزويد فإنه يجب على المكتبات ومراكز المعلومات اتباع التدابير التالية:

١ - ينبغي أن يشرف على عملية التزويد من مواقع الناشرين التجاريين اختصاصي مكتبات ومعلومات قادر على فهم طرق البحث من خلال الإنترنت.

٢ - على المكتبات ومراكز المعلومات أن تدعم عملية التزويد من خلال الإنترنت بوضع ميزانية قادرة على استيعاب التدفق المعرفي الكبير من خلال هذه الشبكة، كما عليها أن تتيح استخدام البطاقات الائتمانية لتسهيل عملية السداد عند إتمام عملية الطلب من مواقع الناشرين أو الموزعين.

٣ - على المكتبات ومراكز المعلومات أن تقوم بإنشاء مواقع لها على الإنترنت تعطي معلومات وافية عنها وعن مقتنياتها وأن تطرح فهارسها على الموقع بغية الاستفادة منها للمطلعين والباحثين.

لذلك فإن عملية التزويد هي المدخلات لأي مكتبة أو مركز معلومات، وتتوقف المخرجات عادة على جودة هذه المدخلات ومن الطبيعي أن جودة الأداء في عمليات الاقتناء بمراحلها المختلفة: الاختيار، والشراء، والتوريد، والاستلام تؤثر بدورها في جودة هذه المدخلات.

وتوفر الإنترنت إمكانات عديدة للتزويد في المكتبات سواء بالنسبة للأوعية التقليدية أو الإلكترونية، وتتمثل أهم هذه الإمكانات في الإفادة غير المسبوقة من الأدوات المتاحة على شبكة الإنترنت والتعامل المباشر مع خدمات التسويق والبيع الإلكترونية التي يتيحها الناشرون والموردون على الشبكة وغيرها من الإمكانات.

وقد أدى التطور في النشر على الإنترنت وإنشاء مواقع للناشرين عليه إلى التطور في عمليات التزويد، وزيادة أهمية الإتاحة والانتشار لأوعية المعلومات بمختلف أشكالها.

ولعل سياسة التزويد عن طريق الإنترنت هي تلك السياسة التقليدية التي تعتمد بشكل مباشر على توفير ما يهم المستفيد في المقام الأول والذي يمثل شريحة كبيرة من المجتمع وهذه السياسة - بطبيعة الحال - تعكس أهداف القائمين على المكتبات ومراكز المعلومات ولا تختلف إلا في أشكال تطبيق تلك الإجراءات وانتقالها من التقليدية إلى الاستخدام التقني الحديث الذي يساعد ويسهل التعامل مع تلك الأوعية وإجراءات الوصول والحصول عليها عن طريق مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت.

٢ - ٣ - ٤: أدوات الاختيار لدعم علميات التزويد على الإنترنت:

تعد الإنترنت إحدى أبرز التقنيات الحديثة التي ساهمت بشكل ملحوظ في النهوض بالعديد من الخدمات على مختلف الأوجه، واستفاد منها الكثير من الهيئات والمؤسسات بما فيها المكتبات ومراكز المعومات حيث نقلت إجراءاتها الفنية المعروفة وخصوصاً إجراءات التزويد من اختيار وطلب وشراء وسداد؛ لتكيفها مع هذه التقنية الحديثة التي يسرت لهذه الإجراءات عملها ونقلتها من

التقليدية إلى التقنية الحديثة في أرقى صورها، بحيث استفادت منها المكتبات ومراكز المعلومات في دعم مقتنياتها واستغنت عن كثير من الإجراءات التقليدية في الاطلاع على قوائم الناشرين ومعروضاتهم وذلك عن طريق الاطلاع على مواقع الناشرين على الإنترنت، حيث أصبح بالإمكان اختصار الوقت والجهد والنفقات بما تتيحه هذه الشبكة من أفق أكبر وسعة في الاطلاع على كثير من أدوات الاختيار والتي يمكن من خلالها تحقيق السرعة والحداثة مقارنة بالأدوات التقليدية السابقة، ومن أبرز الأدوات الحديثة المرتبطة بالإنترنت، تلك المواقع التي تهم مجال التزويد بشكل مباشر، ومن أهم هذه المواقع الآتي:

١ - **مواقع عامة**: تشمل قوائم لناشرين وموزعين وفهارس مكتبات وتعد هذه الأنواع من المواقع من أكثر المواقع فائدة للتزويد، حيث تتيح لمسئول التزويد الاطلاع على كم هائل من المواد، منها:

- **موقع ACQWEB :**

يقع في مدينة ناشفيل بولاية تنسي بالولايات المتحدة الأمريكية، ويعد هذا الموقع من أكبر المواقع وأكثرها فائدة للتزويد، حيث يشمل قاعدة بيانات عالمية شاملة وقائمة كبيرة للناشرين والموزعين بجميع إصداراتهم وأدلة مختلفة منها دليل للجمعيات العلمية والمنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية، ودليل شامل بالدوريات العلمية وأدلتها المتخصصة التقليدية وغير التقليدية في جميع الموضوعات باللغات المختلفة، ودليل بالمراجع العامة والمتخصصة والمكانز في جميع الموضوعات وطرق إتاحتها والاشتراك بها والحصول عليها، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع:

www. Library.vanderbilt.edu/law/acqs/acqs.Html

- **موقع Qtech web Acquisitions Resources:**

صمم هذا الموقع بواسطة جامعة الملكة في كندا Queen's University حيث يوفر هذا الموقع دليلاً للدوريات المسجلة لدى المركز العالمي للترقيم الدولي للمسلسلات، كما يوفر الاتصال مع قواعد بيانات لعدد كبير من الناشرين والموزعين، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **.www.quennsu.ca**.

- **موقع collection Development and Internet Library for Librarians : Acquisitions, Serials**

شركة متخصصة بتقنية المعلومات بمدينة سويكلي بولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث يتكون هذا الموقع من عدة أقسام يختص كل قسم منها في مجال معين لخدمة التزويد، فمنها قسم يعنى بسياسات التزويد الآلي، وقسم يعنى بقوائم البرمجيات والدوريات وموزعيها والبريد الإلكتروني وقسم يوفر مصادر مرجعيات الكتب والمواد الأخرى مثل الأقراص المتراصة والأفلام وأشرطة الفيديو، وقسم بقوائم الناشرين، إضافة إلى خدمة أخرى وذلك بتوفير عناوين الأدوات المرجعية Reference Tools والتي تتيح الاتصال مع مواقع خاصة بأمور الشحن وتحويل العملات، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.itcompany.com inforetrever**.

- **موقع المكتبة الإلكترونية Electric Library:**

يقع بمدينة شيكاغو بولاية إلينوي بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث يمكن من خلاله الاطلاع على مئات الدوريات العلمية والخرائط وعدد كبير من الكتب بالإضافة إلى النصوص الكاملة لعدد كبير من الصحف اليومية ومجموعات من التقارير العلمية وأعمال المؤتمرات وغيرها من مصادر المعلومات، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.highbean.com** .

٢ - مواقع متخصصة حسب الموضوعات:

يوجد عدد من المواقع تختص بتوفير بيانات عما يصدر من إنتاج فكري في الموضوع الواحد وبلغات مختلفة لمساعدة المكتبات المتخصصة في المجالات المختلفة، من هذه المواقع:

- **موقع خاص بالفنون:**

يتبع مكتبات جامعة دوك بدورهام في شمال ولاية كارولاينا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث يقدم نوعين من الخدمة:

الأولى: خدمة البحث ويدخل فيها الفهارس والصحف الإلكترونية والمقالات وقواعد البيانات والبحث عن صور.

والثانية: خاصة بالخدمة المكتبية التي تقدمها مثل الاستفسار من خلال أمين المكتبة وتحديد المعلومات والاستعارة والتجديد والطلب والشراء وتعليم المكتبات والحاسب الآلي.

تشرف على تحديثه جمعية المكتبات الفنية Art Libraries Society (ARLIS)، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.lib.duke.edu/lilly/Arlis**.

- **موقع Cybrarians:**

يقع في مدينة القاهرة بجمهورية مصر العربية، أنشئ في بداية عام ٢٠٠٢م تحت عنوان موقع البوابة العربية للمكتبات والمعلومات على الإنترنت، وهو دليل لمواقع متخصصة في مجال المكتبات والمعلومات، يتضمن مواقع لعدد من المكتبات العربية والناشرين العرب وجمعيات وجامعات وأقسام وكليات ومدارس علم المكتبات والمعلومات بالإضافة إلى عرض للكتب الحديثة

في المجال ودوريات إلكترونية ونظم آلية ومصادر معلومات وعمليات المعلومات والوثائق والأرشيف ومصادر مرجعية، لغة الموقع هي اللغة العربية، وعنوان الموقع: **www.cybrarians.info**.

٤ - مواقع متخصصة حسب الشكل المادي لأوعية المعلومات ومنها:

● مواقع خاصة بالدوريات:

يوجد على الإنترنت مواقع متعددة خاصة بالدوريات، تتيح للمستفيد الحصول على نصوص كاملة للدوريات في مختلف الموضوعات وقراءتها بالإضافة إلى معلومات كاملة عن الدورية وطريقة الاشتراك بها سواء إلكترونياً أو ورقياً أو على أقراص متراصة CD - ROMS خاصة بالنسبة للأعداد الراجعة من الدورية، ومن أبرز هذه المواقع الآتي:

● موقع بيوسيس BIOSIS Previews :

يقع مركزه الرئيسي في مدينة فيلادلفيا بولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة الأمريكية وله عدة فروع خارج الولايات المتحدة الأمريكية في كل من: أمريكا الجنوبية، وأوروبا، والشرق الأوسط، والشرق الأقصى، حيث يغطي المجالات الحكومية والأكاديمية والتعاونية والشركات وبه مركز خاص بخدمة العميل والأحداث والمؤتمرات، وهو خاص بعلم الأحياء، حيث يعنى بعلم الوراثة والكيمياء الحيوية والمناعة والتغذية، وله طبعات ورقية تنشر كل شهرين تسمى نشرة المستخلصات البيولوجية، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.biosis.org**.

● موقع CA Search:

يقع بمدينة كولمبس بولاية أهايو بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو موقع يهتم بنشر أبحاث العلماء وتسجيل براءات الاختراع، حيث يشتمل الموقع على

التقارير والدوريات والكتب وبحوث المؤتمرات، وتنشر أسبوعيًا في طبعة ورقية بعنوان نشرة المستخلصات الكيميائية، ويقدر عدد المصادر التي تستخدم في هذا الموقع ما يقرب من ١٥٠٠٠ مصدر، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.cas.org**.

٥ - مواقع خاصة لتسهيل برامج التبادل بين المكتبات :

يعد التبادل بين المكتبات من المصادر الهامة في إثراء المكتبة وتنمية مجموعاتها ولهذا قامت العديد من المكتبات بتوفير قوائم التبادل الخاصة بها على الإنترنت من أجل مساعدة المكتبات الأخرى في بلدان العالم المختلفة من الاطلاع عليها والاستفادة منها عند الرغبة في ذلك، ومن أبرز هذه المواقع الآتي:

- **موقع خدمات التبادل والأعداد الراجعة Back Issues and Exchange Services:**

يتبع جامعة أفيرتون بمدينة بيرلوتون بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث يعد من أهم المواقع لتبادل المصادر بين المكتبات لاستكمال الأعداد الناقصة من مجموعات دورياتها على وجه الخصوص، وهو قائمة بالأعداد الراجعة وخدمات التبادل من خلال شبكة مصادر تعرض عن طريق الإنترنت، وهذه القائمة ترتبط بأولئك الذين لديهم اهتمامات بمناقشة موضوعات وتجارة الدوريات، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.Uvm.edu/bmaclenn/ backexch.html**

وهذه القائمة تنقسم إلى قسمين:

القسم الأول: خدمات إرسال قوائم التبادل للأعداد الراجعة والمواد الأخرى.

والقسم الثاني: قوائم المناقشات والمصادر الأخرى من المعلومات عن الإصدارات الراجعة والتبادل والإهداء، فالقسم الأول يقوم بتوفير الاتصال مع المواقع التالية:

- **موقع ALA LTES Duplicate Exchange Union (DEU)** :

تقع جمعية المكتبات الأمريكية بمدينة شيكاغو بولاية إلينوي بالولايات المتحدة الأمريكية، والموقع عبارة عن قائمة إلكترونية تُحدَّث من قبل لجنة جمعية المكتبات الأمريكية، والمساهمون في هذه القائمة مجموعة من المكتبات التي تتبادل فيما بينها المواد والنسخ المكررة التي يمكن الاستفادة منها وهي متاحة للجميع، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.ala.org** .

- **موقع Backserv**:

يقع بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث تعد قائمة مخصصة للتبادل الرسمي للأعداد من الدوريات الراجعة بين المكتبات، كما يمتد التبادل بأعمال المؤتمرات العامة، ويشمل قائمة لكل ما هو متاح ومرغوب من أعداد الدوريات الراجعة أو المطلوبة والكتب في كل المجالات الموضوعية عدا العلوم الطبية، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.lists.swetsblackwell.com/mailman/listinfo/backserv** .

- **موقع ASSEE/ELD Duplicates Exchange**:

يقع بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو يتبع المكتبات الهندسية التي هي قسم من الجمعية الأمريكية للتعليم الهندسي، حيث تقوم على تبادل المواد المكررة على الإنترنت، بحيث يتم إرسال قوائم المواد المكررة لديها إلى منسق لهذه المكتبات وهو بدوره يقوم بتوزيعها على الأعضاء الحاليين في برنامج التبادل، وعلى كل

من يرغب أن يتزود بهذه القوائم أن يرسل عنوان البريد الإلكتروني لهذا المنسق، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **/www.eldlib.ucdavis.edu doplicates/php.**

- **موقع Backmed :**

يقع بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو قائمة مخصصة للتبادل الرسمي للأعداد الراجعة من الدوريات بين المكتبات وعلى وجه الخصوص في مجال الطب، ويكون الاشتراك من خلال الرابط، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.lists.swetsblackwell.com/mailman/listinfo/ Backmed** .

٦ - مواقع خاصة بالناشرين والموزعين ومخازن بيع الكتب:

الناشر هو الشخص أو الهيئة التي تتعهد بمسؤولية إصدار الكتاب أو المادة إلى الجمهور، وهو من حيث المبدأ غير المطبعة وغير بائع الكتب أو الموزع، إلا أنه قد يجمع بين أكثر من وظيفة، ويمكن أن تكون دور النشر:

- محلية ومن أمثلتها في السعودية: العبيكان والرشد.. إلخ.
- دور النشر العربية ومن أمثلتها: دار العلم للملايين، مكتبة الإنجلو المصرية.. إلخ.
- دور النشر العالمية ومن أمثلتها: .. Longman , MacMillan , Nelson.

وتظهر مواقع الناشرين وشركات بيع وتوزيع الكتب على الإنترنت حيث تقدم خدمات جيدة للمستفيد وتحتوي على بيانات ببليوجرافية لملايين الكتب بالإضافة إلى المراجعات للعديد منها، وتوفر للمستفيدين فرصة إضافة ملاحظاتهم حول الكتب التي يقومون بقراءتها إضافة إلى إمكانية حصولهم عليها وكذلك على المعلومات عن الإصدارات الحديثة في المجالات التي يرغبون فيها، وتشمل هذه المواقع قوائم الناشرين المشاركين في مثل هذه المواقع، ويمكن أن تزود المستفيدين

بآخر الإصدارات الحديثة في المجالات التي تهمه من خلال وضع عنوان بريده الإلكتروني لدى الموقع المعني ومن أهم موزعي الكتب:

● **موقع أمازون: Amazon:**

يقع مركزه الرئيسي بالولايات المتحدة الأمريكية، كما يوجد له عدد من الفروع في كل من: كندا، والمملكة المتحدة، وألمانيا، وفرنسا، واليابان، والصين، حيث يعد من أكبر شركات بيع الكتب على شبكة الإنترنت، ويمكن البحث عن أي كتاب في هذا الموقع من خلال المؤلف، العنوان، الموضوع، الكلمات المفتاحية، الرقم المعياري الدولي للكتاب، تاريخ النشر. بالإضافة إلى مراجعات الكتب وعرض الكتب الأكثر مبيعاً، وتوفير البحث في قوائم الكتب في الموضوعات ذات العلاقة بموضوع البحث، لغة الموقع الإنجليزية، وعنوان الموقع: **www.amazon.com**.

٧ - المواقع الخاصة بالكتاب العربي:

مع تطور التقنيات الحديثة ووسائل الاتصال فقد تطور النشر الإلكتروني تطوراً ملحوظاً، فهناك الكثير من المواقع العربية التي تتضمن العديد من قواعد البيانات التي تشمل كتباً ومراجع ودوريات وصحفاً وببليوجرافيات، والتي أصبحت متوافرة على أقراص متراصة وكذلك أصبحت متاحة على شبكة الإنترنت مثل:

● **موقع المكتبة كوم: AL-Maktabah:**

مكتبة عربية على الإنترنت مركزها الرئيسي في بيروت، وقد تأسست عام ١٩٩٧م، وهي مكتبة شاملة لمطبوعات ما يقرب من مائة ناشر وما يقرب من ستة آلاف مادة من مطبوعات هيئة الأمم المتحدة وتوزع جميع برامج مايكروسوفت، ويمكن البحث عن أي مادة بالعنوان أو المؤلف أو الموضوع، وطلب

الشراء وبالإمكان التسديد آلياً، لغة الموقع هي اللغة العربية، وعنوان الموقع: **www.AL-Maktabah.com**

- **موقع نسيج: Naseej**:

تقع في مدينة الرياض، وهي شبكة معلومات تأسست عام ١٩٩٧م، تهدف إلى تقديم خدمة معلوماتية مستخدمة اللغة العربية وهو من المواقع الخاصة بالدوريات رغم محدودية عدد الدوريات الواردة فيه، لكنها تعتبر محاولة حيوية لنشر الدوريات العربية الإلكترونية، كما يتضمن الموقع معلومات في مجال المال والأعمال والطب والإسلاميات والرياضة وشؤون المرأة، وهو أول موقع يستخدم النصوص العربية للنشر على الإنترنت، لغة الموقع هي اللغة العربية، وعنوان الموقع: **www.Naseej.com**.

بالإضافة إلى العديد من مواقع الناشرين العرب التجاريين التي هي جزء من موضوع هذه الدراسة، والتي سوف يقوم الباحث بدراستها وتطبيق المعايير المحددة عليها.

٨ - الفهارس الآلية للمكتبات:

لقد أصبح من السهل الوصول إلى فهارس المكتبات بقطاعاتها المختلفة الأكاديمية والعامة والمتخصصة والوطنية بالإضافة إلى كبرى قواعد البيانات الببليوجرافية التي تشمل حصراً لمحتويات العديد من الدوريات وغيرها مثل (OCLC) Online Computer Library Center، ومن هذه الفهارس:

- **فهارس مكتبات عامة**: مثل فهارس مكتبات نيويورك العامة، ومكتبة شيكاغو العامة، ومكتبة مبارك العامة، ومكتبة الملك عبدالعزيز العامة.. إلخ.
- **فهارس مكتبات وطنية**: مثل فهرس مكتبة الكونجرس، حيث تتيح البحث في

فهارس المكتبة، كما توفر ملفات لكل فرد والاتصال مع صفحة بفهارس الناشرين من مختلف أنحاء العالم، وهناك العديد من المكتبات الوطنية الأوروبية المتاحة فهارسها على الإنترنت، وكذلك مكتبات عربية مثل مكتبة الملك فهد الوطنية.. إلخ.

- **فهارس مكتبات جامعية**: حيث توجد هناك مواقع تضم العديد من فهارس الجامعات مثل موقع COPAC، وعنوانه: **http://copac.ac.uk/** الذي يضم عدداً كبيراً من المكتبات الجامعية والبحثية في إنجلترا وإيرلندا، وهناك فهرس موحد لمكتبات جامعة هارفارد التي تعتبر من أشهر المكتبات الجامعية في العالم.

كما يوجد في العالم العربي مواقع تضم فهارس لمكتباتها الجامعية، مثل جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الملك سعود.. إلخ.

وهناك العديد من المواقع الأخرى التي تعد أدوات مساعدة في عمليات التزويد من خلال الإنترنت يمكن الإشارة إليها على سبيل المثال مع الإيجاز، مثل:

- **مواقع متخصصة بمراجعات لمصادر المعلومات المختلفة:**

وهو نوع من المواقع يساعد على انتقاء ما هو مناسب، فالمراجعات التي توفرها هذه المواقع تكون مراجعات للكتاب قد تمت من عدة جهات مما يعني أن هناك أكثر من مراجعة للكتاب الواحد، منها ما يكون من قبل المتخصص الموضوعي، ومنها ما يكون من قبل الناشر، ومنها ما هو من قبل القارئ.

- **مواقع خاصة بالوسائل السمعية البصرية:**

وهي مواقع تهتم بالأفلام السينمائية، حيث تتضمن قواعد معلومات خاصة بها، كما توجد قواعد بيانات للوسائل السمعية البصرية المتوافرة في بعض المكتبات.

٢ - ٣ - ٥: إجراءات الشراء عن طريق الإنترنت:

ربما تختلف طرق الشراء عن طريق الإنترنت من موقع لآخر في بعض التفاصيل الصغيرة أو الإجراءات، لكنها بشكلها العام تخضع لنمط معين أو سياسة واحدة متشابهة، وهي أيضاً لا تختلف عن تلك الإجراءات المعروفة في الطرق التقليدية إلى أنها انتقلت من التقليدية إلى التقنية الحديثة، ومن خلال الاطلاع على إجراءات بعض مواقع الناشرين العرب التجاريين حول كيفية الشراء من خلالها يمكن أن يخرج الباحث بتصور عام حول هذه الإجراءات التي تسير على الوتيرة نفسها كما لو كان تقليدياً نوعًا ما فيمكن أن تُتبع الإجراءات التالية:

١ - الاختيار:

عندما ترغب المكتبة في تنمية مقتنياتها من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فإن عليها البحث عن عناوين لمواقع ناشرين تكون مرشحة للتزود من خلالها، أو البحث عنها من خلال محركات البحث المعروفة ومن ثم تصفح أولى صفحات الناشر وهي الصفحة الرئيسية والتي عادة تكون فيها البيانات متكاملة مع اختلاف بين موقع وآخر في طريقة العرض والتنسيق، حيث يكون الخيار للمستفيد من بين العناوين المعروضة سواء في القائمة أو مباشرة على الصفحة الرئيسية أو إذا كان لدى المكتبة عنوان محدد فإن عليها البحث عنه بطرق البحث المتاحة في الموقع، وبعد ذلك تخرج بيانات مفصلة عن العنوان المطلوب شاملة للعنوان والمؤلف ورأس الموضوع ورقم الكتاب والناشر والسعر وعدد الصفحات والترقيم الدولي، ومن ثم يتم نقله إلى عربة افتراضية، تماماً كالعربة التي تُستخدم عند التسوق من المحال

التجارية، أو قائمة مشتريات ويتم إضافته إلى العربة أو قائمة المشتريات بواسطة الفأرة Mouse حيث تتمثل هذه العملية في اختيار الكتاب، ثم الضغط على اعتماد الأمر بنقله إلى العربة، وهكذا أيضاً عند اختيار عنوانٍ آخر.

٢- إرسال أمر الشراء :

بعد الانتهاء من عملية اختيار الكتب وإضافتها إلى العربة أو قائمة المشتريات تأتي المرحلة الثانية وهي تعبئة نموذج الشراء أو أمر الشراء باستخدام استمارة مقننة موجودة بالموقع وهي استمارة إلكترونية معدة مسبقاً حيث يدخل اسم المشتري وبريده الإلكتروني والبلد والمدينة ورقم التلفون وطريقة السداد بشيك أو حوالة أو بطاقة ائتمانية، وتفاصيل الشحن بالبريد العادي أو السريع، وفي الوقت نفسه يشرح الناشر للمشتري الفترة الزمنية التي يستغرقها وصول الكتب إليه، ثم يرسل أمر الشراء للناشر ويعطي إشارة تعني أنه تم إرسال الطلب إلى الناشر وسوف يقوم الناشر بالاتصال بالمستفيد بالبريد الإلكتروني لإعلامه عن كيفية إرسال الكتب إليه.

ويؤكد نوتس أنه ينبغي في هذا الصدد أن تكون عملية إرسال أوامر الشراء على الموقع مباشرة وفعالة بقدر المستطاع، فإذا كان هذا الأمر يمثل مشقة بالنسبة للعملاء فإن ذلك قد يجعلهم لا يمضون قدماً في إتمام عملية الشراء ومن ثم على الناشر أن يجعل استمارة أمر الشراء موجزة وقصيرة بقدر المستطاع (**نوتس** ، ٢٠٠٤م ، ١٨) .

٣ - طرق الدفع (السداد):

عند الاختيار وتعبئة نموذج الطلب وإرساله من خلال موقع الناشر فان عملية الدفع تكون هي العملية التالية لتلك العمليات السابقة، وتعد استكمالاً

لإتمام عملية الشراء من خلال موقع الناشر على الإنترنت، لذلك فإنه يخرج للمستفيد عند عملية الشراء خيارات عدة للدفع، إما عن طريق الشيكات أو الحوالات أو باستخدام البطاقات الائتمانية وبذلك يجب على المكتبات ومراكز المعلومات أن تكون لديها اعتمادات مالية لكي تستطيع أن تختار ما يناسبها من هذه الطرق المتاحة للدفع، وأفضل الطرق هي طريقة الدفع الإلكتروني لأنها الأسهل والأسرع لإجراءات الشراء عن طريق مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت، كما يجب أن يكون لدى المكتبات شبكة اتصال قوية وسريعة تلافياً لكثير من المشاكل التي قد تحدث بسبب أي خلل، وكذلك وجود نظام بنكي يقبل التعاملات التجارية الإلكترونية، وعند اختيار المكتبة ما يناسبها من عمليات الدفع فإنها تنتقل إلى الإجراء التالي وهو متابعة أوامر الشراء.

٤ - متابعة أوامر الشراء:

من المهم في متابعة أمر الشراء أن تحصل المكتبة على رقم الطرد المرسل حتى تتمكن المكتبة من متابعته وذلك من خلال مراجعة شركة الشحن والاستفسار عن مساره، ووقت وصوله لتخليصه، وعند وصوله التأكد من جميع إجراءاته، وأنه وصل وفي حالة سليمة وجيدة.

ويشير لطفي إلى أن عمليات متابعة أوامر الشراء تتم بأسلوبين:

الأسلوب الأول: عن طريق البريد الإلكتروني وفيه ترسل المكتبة الاستفسارات حول أمر الشراء كرسالة بريد إلكتروني إلى عنوان الناشر أو العنوان الخاص بمتابعة أوامر الشراء لديه بحيث تتضمن الاستفسار نفسه والمعلومات التي تعين الموزع أو الناشر على التعرف إلى أمر الشراء كتاريخه أو رقمه لدى الناشر نفسه، وفي هذه الحالة يقوم الموظف المسئول بالرد على هذا الاستفسار أو المتابعة.

الأسلوب الثـاني : عن طريق اسـتـخـدام الموقـع ذاته الذي تم عـن طريقـه الشـراء وفي هذه الحالة يقـوم أمين المكتبة بملء الاسـتمـارة المتاحة في صـفحـة مـعلومات الناشـر على الإنتـرنت، والتي ترسل مـحتوياتهـا إلى الشـخص المسئول أو يتم اسـتـخـدام قـاعـدة بيـانات مـعلومـات أوامـر الشـراء كـافـة لدى المورد أو الناشـر، ويتم الرد في هذه الحالة فورياً عن طريق صفحة ويب ولا يضطر أمين المكتبة إلى انتظار الرد من الشخص المسئول (**لطفي**، ٢٠٠٠م، ١٠٧).

وقـبـل أن أنتـقـل إلى الحـديث عن خـصـائص مـواقع النـاشـرين العـرب التـجـاريين على الإنتـرنت فإن من الجـدير إعطاء نبـذة مـخـتـصـرة عن النقـود الإلكترونية وأنواعها ومزاياها :

١ - النقد الإلكتروني :

" تعـرف النـقـود الإلـكـترونيـة ELECTRONIC CASH أنهـا مـجـمـوعـة من البـروتوكولات والتوقيعـات الرقمية التي تتيح للرسـالة الإلكترونية أن تحل فعليا مـحل تبـادل العـمـلات التـقليـدية وبعـبـارة أخـرى فـإن النقـود الإلكتـرونيـة أو الرقـميـة هي المكافئ الإلكـتروني للنقـود التقليـدية التـي اعتـدنا تداولهـا" (**منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، ٢٠٠٥م، ١٠**).

لذا يسـتـخـدم النقد الإلكتـروني عوضـاً عن النقـد الحـقيـقـي من العـمـلات المعدنية والورقية، إذ يعمل النقد الإلكتروني في إطار نظام نقدي مغلق أو نظام نقـدي مفتوح يتضمن قيمـة ماليـة مخـزونة، ولقد أدى ظهـور النقد الرقمـي إلى ابتكار البطاقات الذكية والنقد الرقمي.

وتعـمل في إطار قاعدة النقـد الإلكتروني أنظمة عديدة وأشكال كثيـرة من البطاقـات التي تعمل ضـمن الأنظـمة المغلقـة والمفتوحـة فبـعـد أن تقـوم المكتبـة

باختيار أوعية المعلومات التي تريدها، وبعد أن تقوم باستكمال نموذج الشراء فإن عليها تحديد الوسيلة التي ستتم بواسطتها عملية الدفع، ومن هذه الوسائل:

أ - بطاقة السحب Credit Card: وهي بطاقة بلاستيكية تخول صاحبها تحويل قيمة مالية معينة من حسابه إلى حساب البائع من خلال دليل إثبات الهوية، ويتم نقل المال من بنك المشتري إلى بنك البائع على أساس مسجل النقد الإلكتروني، وتحاط هذه العملية بنظام صارم أعد له تشريع خاص بذلك يضمن سلامة سلوك وشفافية لجميع الأطراف وبما يحقق أمن النظام لصالح صاحب البطاقة ولصالح البائع.

ويذكر منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي أن "هناك أنظمة برمجية تتيح مكافئاً إلكترونياً لا يحتاج إلى بطاقة بلاستيكية فهي أنظمة تعتمد بالكامل على برمجيات مخصصة لدفع النقود عبر الإنترنت، ولكي يكون نظام النقود الإلكترونية المعتمد بالكامل على البرمجيات فعالاً وناجحاً لابد من وجود ثلاثة أطراف فيه هي:

- الزبون أو العميل.
- المتجر البائع.
- البنك الذي يعمل إلكترونياً عبر الإنترنت ONLINE BANK.

والى جانب ذلك لابد من أن يتوفر لدى كل طرف من هذه الأطراف برنامج النقود الإلكترونية نفسه ومنفذ إلى الإنترنت كما يجب أن يكون لدى كل من المتجر والعميل حساب بنكي لدى البنك الإلكتروني الذي يعمل عبر الإنترنت.

وبالفعل فقد أصبح من الممكن حالياً عن طريق استخدام برمجيات معينة لهذا الغرض من أشهرها برنامج E- CKASH استخدام النقود الإلكترونية

لإتمام عمليات الشراء والدفع عبر الإنترنت، كما أن هذه البرمجيات تتيح إرسال النقود الإلكترونية على شكل مرفق ATTACHMENT في رسالة بريد إلكتروني" (**منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، ٢٠٠٥، ١١**).

ب - **البطاقة الائتمانية** : تقوم المكتبة بعد إتمام تعبئة نموذج الشراء بكتابة رقم البطاقة الائتمانية الخاصة بالمكتبة وقيمة المشتريات وتاريخ انتهاء صلاحية البطاقة، ثم بعد ذلك تقوم بإرسال تلك الاستمارة إلى الحاسب الخاص بالبنك الذي تتعامل معه المكتبة، حيث يقوم البنك بالتأكد من رصيد المكتبة فإذا كان يسمح بدفع ثمن المواد من حساب المكتبة ويضيفه إلى حساب الناشر سواء كان في حسابه الموجود في البنك نفسه أو في بنك آخر، فهكذا تتم عملية الشراء.

ويشير الطعامنة والعلوش إلى "أن البطاقة الائتمانية قد تسمى البطاقة الذكية Smart card وهي رقاقة إلكترونية يتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها عليها، ومنها الاسم والعنوان والجنس والعمر والمصرف المصدر لها وأسلوب الصرف والمبلغ المنصرف وتاريخه وطريقة التعامل بالبطاقة سواء كان تعاملاً ائتمانياً أو عن طريق الدفع الفوري وتحتوي البطاقة سجلاً لمختلف البيانات والمعلومات ومزودة بنظام ضمان أمن المعلومات تضمن لحاملها خصوصيته وذاتيته في التعامل معها وحده، لقد أتاحت البطاقة الذكية إمكانية تحويلات الأموال الإلكترونية بشكل آمن ودقيق وسهل، فضلاً عن توفير خدمات اتصالية رخيصة للغاية، كما يمكنها من إجراء التعاملات بالنقد الرقمي من خلال الإنترنت والتي لا تملكه صيغ التعامل بالعملات المعدنية والورقية، كما أن البطاقة الذكية يتم استخدامها في مجالات عديدة منها إمكانية تحويلها إلى حافظة نقود إلكترونية تملأ وتفرغ من النقود، ومن أمثلة البطاقات الذكية

بطاقة المونديكس Mondex cards وتستخدم على نحو واسع من قبل المتعاملين مع المصارف، إذ تعد هذه البطاقة بمثابة كمبيوتر صغير تحمله البطاقة وتجمع بين مميزات النقود الورقية وبطاقات الدفع الذكية مع تلافي عيوبهما" **(الطعامنة والعلوش، ٢٠٠٤ م، ٦٨)**.

ج - **الشيك الإلكتروني :** هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي يتم التعامل بها في العادة، والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

بينما تفضل بعض المكتبات أن يتم السداد نقداً رغبة في عدم عرض أرقام بطاقات الائتمان الخاصة بها على الإنترنت، فيكون ذلك باستخدام خدمات الإنترنت في عملية السداد النقدي عبر الإنترنت أيضاً، فيسددون قدراً من المال محدداً مقابل إحدى الخدمات وذلك من خلال بطاقة الائتمان، وبإمكان المشتري بعد ذلك استخدام هذا البديل النقدي عند تعامله مع الناشر الذي يعرض الخدمة التي يريدها من خلال موقعه.

إلا أن الأسلوب الأكثر شيوعاً اواستخداماً إلكترونياً لدى المكتبات في العالم هو أسلوب السداد عن طريق بطاقة الائتمان التي يتم إدخال بياناتها مع أمر الشراء فيتم السداد عن طريق هذه البطاقة، كما أن السداد عن طريق الحوالة المصرفية أو بشيك هو من الأساليب المستخدمة بكثرة في عملية السداد.

٢ - مزايا النقود الإلكترونية :

لعل من المناسب هنا ذكر بعض المزايا التي تتميز بها النقود الإلكترونية عن تلك التقليدية:

أ - إن تحويلات النقود الإلكترونية وتداولها عبر الإنترنت أرخص من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

ب - اتساع انتشار النقود الإلكترونية، فهي لا تتوقف عند حدود جغرافية أو سياسية معينة، وذلك لاعتمادها على الإنترنت الواسع الانتشار.

ج - يسهل استخدام النقود الإلكترونية المعاملات البنكية إلى حد كبير فيمكن لموقع الناشر أو المستفيد أن يجري اتصاله للاستعلام باستخدام الهاتف.

د - يمكن من خلال استخدام النقود الإلكترونية التسريع في عمليات السداد وإنهاء الإجراءات المالية إذ يمكن اختصار الوقت في تقليص كثير من الإجراءات.

هـ - يمكن أن تكون إجراءات السداد عن طريق النقود الإلكترونية أكثر أماناً وذلك باستخدام بروتوكولات آمنة تشجع عملية السداد عن طريقها وتعطي مزيداً من الثقة للمتعاملين بها، بعكس لو اتبعت الطرق التقليدية.

٢ - ٤: خصائص مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

يشير محمد إلى أن "الحديث عن الناشر يعني الحديث عن النشر، والناشر هو الشخص الحقيقي أو المعنوي الذي يستثمر أمواله في إنتاج الكتب، فهو يدفع الأموال للمؤلف والمترجم والفنان والمحرر والطابع وصانع الورق وغيرهم لإنتاج الكتاب، كما يدفع الأموال للبائعين وللقائمين على الإعلانات وغيرهم

ممن يعاونونه في تنسيق الكتاب، ثم يسترد أمواله من بائعي الكتب وغيرهم ممن يشترون من الكتاب، ويهدف من ذلك تحقيق فائض من الأموال أكثر مما أنفق حتى يحقق الربح المطلوب" (**محمد**، ١٤٠٨هـ، ٢٣٦).

وقد أفاد الناشر من التطورات التقنية المتلاحقة في دعم حركة النشر، فقد استغل كل ما يمكن أن توفره له التقنية الحديثة في إيصال رسالته المهتمة بنشر أوعية المعلومات إلى المستفيد أياً كان، حيث دخل الناشر عالم الإنترنت عن طريق إنشاء موقع له على تلك الشبكة يعرض من خلاله إنتاجه الفكري بأسلوب متميز يكفل له وللمستفيد توفير الوقت وتقديم ما لديه من خدمات كما لو أن المستفيد أمام الناشر على أرض الواقع.

وبهذا يمكن القول إن شبكة الإنترنت قد فرضت نفسها على المجتمع المعلوماتي بل وعلى المجتمع التسويقي بشكل واضح، حتى باتت الكثير من المؤسسات والهيئات والمحال التجارية في جميع أنحاء العالم تسعى لتطوير خدماتها من خلاله حيث أنشأت لها مواقع على شبكة الإنترنت.

ويمكن القول إن عملية الشراء عن طريق الإنترنت توفر الوقت والجهد دون أن يكلف المستفيد نفسه عناء السفر من مكان لآخر من أجل الوصول إلى ما يريد.

وقد كان هذا التطور واضحاً كل الوضوح في المواقع الغربية التي سبقت المواقع في العالم العربي في الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة وجعلتها تؤدي ما هو منوط بها من خدمات بكل اقتدار، فكانت مواقعها متطورة بشكل واضح بل أكثر سهولة في الإجراءات، وأماناً في التعاملات المالية حتى أصبح المتعاملون مع هذه المواقع من العملاء يزدادون يوماً بعد يوم وبنسب كبيرة.

وفي العالم العربي دخلت هذه التقنية الحديثة متأخرة عن الغرب وكانت بدايتها ضعيفة جداً إلا أنه بعد مرور عدة سنوات على خوض هذه التجربة ظهر العديد من مواقع الناشرين العرب التجاريين والموزعين، بالإضافة إلى مواقع المكتبات الأخرى، بل وحتى مواقع لمحلات تجارية كبرى، كلها تقدم خدماتها عن طريق الإنترنت.

ويشير الخليفي إلى "أن الدول العربية بدأت الاهتمام بشبكة الإنترنت نتيجة لانتشارها في كثير من القارات وربطها للعلماء في هيئات بحثية وأكاديمية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ولقد زاد الاهتمام بالإنترنت في السنوات الماضية وخاصة في دول مجلس التعاون الخليجي حيث تشير الإحصاءات إلى أن هناك الكثير من المشتركين في هذه الشبكة، وتعتبر دولة الكويت أول دولة خليجية، بل عربية تدخل الإنترنت، وذلك عام ١٩٩٢م" (**الخليفي، ٢٠٠٠م، ٣٠**).

من هذا يتبين أن تاريخ دخول الإنترنت إلى الدول العربية وخصوصاً دول الخليج العربي كان قديماً نوعاً ما، ولكن بطبيعة الحال كانت بداياته بسيطة لم تتضح من خلالها الرؤية إلا بعد عدة سنوات عندما انتشرت وبدأ استغلالها بالصورة المطلوبة أو كما ينبغي.

حيث يذكر قنديلجي والسامرائي أن عام ١٩٩٨م شهد تحولاً جذرياً في استخدام الإنترنت في الوطن العربي حيث زاد عدد مستخدمي هذه الشبكة، كما بدأت المواقع العربية بشتى أنواعها وأهدافها تنتشر على هذه الشبكة ورغم هذا الانتشار للمواقع العربية إلا أن تلك المواقع كانت ضعيفة، ولم تقدم خدماتها بالصورة المطلوبة بل وكانت هزيلة في محتواها وفي تنظيمها، حيث كانت تمثل بداية لنشوء المواقع (**قنديلجي والسامرائي، ٢٠٠٠م، ٣١٦**).

٢ - ٤ - ١: متطلبات إنشاء موقع على الإنترنت:

عندما ينوي الناشر بأن ينشئ له موقعاً على شبكة الإنترنت فإن عليه أن يخضع لعدد من المتطلبات الأساسية التي تتضمن:

١ - تحديد هدف الموقع، إذ لابد لكل موقع ينشأ من هدف، فمنها ما ينشأ للترفيه ومنها ما هو تجاري، ومنها ما هو تعليمي، وفي مثل هذه الدراسة فإن الموقع سيكون موقع ناشر تجاري يهتم بنشر أوعية المعلومات وتسويقها عن طريق الإنترنت ويقوم بتسهيل إجراءات الوصول إليها.

٢ - وجود مساحة لاستضافة الموقع على الويب.

٣ - توفير الأجهزة والبرمجيات والمشرفين على الموقع من صيانة وتحديث وتطوير.

٢ - ٤ - ٢: أوائل مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

تذكر حسناء محجوب في دراسة قامت بها أن من أوائل الناشرين العرب التجاريين الذين أنشؤوا لهم مواقع على الإنترنت، وهم:

١ - ستة ناشرين من لبنان، هم:

- دار العربية للعلوم:

لم يفتح، وعنوان الموقع: **www.asp.com.Lb**.

- دار الكتب العلمية:

لم يفتح، وعنوان الموقع : **www.al-ilmiyah.com.Ib**.

- الشركة العالمية للكتاب:

تأسست الشركة العالمية للكتاب عام ١٩٢٦م، وكان مركزها الرئيسي مدينة بيروت، وكان ابرز أعمالها في النشر التربوي الأكاديمي والمواد العلمية والمهنية، وعنوان الموقع: **www.arabook-com**.

- **دار شاتيلا للنشر:**

لم يفتح، وعنوان الموقع **www.chatilapublishing.com.Ib**.

- **دار العلم للملايين:**

تأسست دار العلم للملايين عام ١٩٤٥م، وكان مركزها الرئيسي مدينة بيروت، وفي بداية عام ١٩٩٠م أصبحت الدار رائدة في مجال تقنيات النشر الإلكتروني ومنها برمجيات الحاسب والأقراص الممغنطة وخدمات الاتصال، وتعد دار العلم للملايين أول دار نشر عربية تتخذ لها موقعاً على الإنترنت سنة ١٩٩٤م، وعنوان الموقع: **www.malayin.com**.

- **دار النهضة العربية:**

تأسست دار النهضة العربية عام ١٩٦٨م، وكان مركزها الرئيسي في مدينة بيروت، وتشمل إصداراتها مجالات المعرفة كافة، وعنوان الموقع:

www.darannahda.com.

٢ - ناشران من مصر، هما:

- **دار البستاني:**

تأسست الدار في عام ١٩٠٠م، وعنوان الموقع: **www.boustanys.com**.

- **مروج:**

لم يفتح، وعنوان الموقع: **www.morooge.com**.

٣ - ناشران من السعودية، هما:

- **دار السلام:**

مقر الموقع: الولايات المتحدة الأمريكية يهتم بالكتب الإسلامية، وعنوان الموقع: **www.dar-us-salam.com**.

- **دار النخيل:**

لم يفتح، وعنوان الموقع : **www.nakheel.com** .

٤ - ناشر من الأردن:

- **دار السلوى للنشر:**

تأسست دار السلوى عام ١٩٩٥م، حيث تعد دار متخصصة في نشر كتب الأطفال، وكان عنوان الموقع القديم هو: www.alsalwa.com، وقد تغير عنوانها إلى العنوان التالي: **www.alsalwabooks.com** .

٥ - ناشر من سوريا:

- **دار الفكر:**

تأسست دار الفكر عام ١٩٥٧م، وكان مركزها الرئيسي في مدينة دمشق ولها عدة فروع في عدد من البلاد ، مثل: لبنان والجزائر واليمن والولايات المتحدة الأمريكية، وهي تهتم بجميع مجالات المعرفة. وعنوان الموقع: **www.fikr.com** .

وتذكر حسناء محجوب أن هذه المواقع كانت في طور البناء والتأسيس ويحدث فيها تغيرات مستمرة (**محجوب، ١٩٩٩م، ٣٧٥**).

٢ - ٤ - ٣: أهمية مواقع الناشرين:

تعد عملية النشر واجهة بارزة لكل بلد؛ إذ تدل على تطور تلك البلاد وتقدمها، فكيف إذا كان هذا التطور على أرض الواقع يواكبه تطور ملموس وواضح من خلال استغلال التقنيات الحديثة وتكييفها للمساهمة في نشر أوعية المعلومات وإيصالها إلى أكبر شريحة من المستفيدين، وعليه فإن مواقع الناشرين على الإنترنت تعد رافداً وطنياً ينشر تطور هذا البلد في أكبر

مساحة متاحة يمكن أن يصل إليها هذا المد الشبكي، لذلك تمثل مواقع الناشرين على الإنترنت أهمية كبرى، إذا يمكن لهذا التطور النوعي والكمي أن يخدم حركة النشر ويدعم تطورها وبناءها ويسعى إلى تناميها، ويمكن القول بأن إنشاء مواقع للناشرين على الإنترنت مهم للآتي:

١ – أن هذه المواقع تعد أداة من أدوات الاختيار التي يعتمد عليها أمين المكتبة أو مسئول التزويد بها.

٢ – أن موقع الناشر يعكس اهتمامه بالمنتج واهتمامه بالمستفيد أو باحتياجات المستفيد.

٣ – تطوير عملية الشراء أو طلب المواد سواء بالنسبة للقارئ العادي في شكل شراء فردي أو للمكتبات كشراء جماعي أحد متطلبات العصر الحالي والقادم.

٤ – زيادة استخدام الإنترنت في كل مجالات الحياة، ومنها التسويق أو الشراء المباشر، لذا فهناك ضرورة تجعل الناشر يهتم باستخدام الإنترنت كوسيلة من وسائل الدعاية والإعلان عن منتجاته وكذلك زيادة مبيعاته.

٥ – يتيح الموقع للناشر سوقاً جديدة ومتنوعة للتوزيع ، وهذه السوق غير محددة، فكل بقعة من العالم من خلال الإنترنت، تصبح مكاناً لتواجد الناشر أو فرعاً لمكانه الرسمي في أرض الواقع.

٢ - ٤ - ٤: الصعوبات التي تواجه مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

تعترض المواقع العربية بعض الصعوبات التي ربما تقلل من مدى الاستفادة منها سواء كانت تلك الصعوبات التي تواجه المواقع نفسها من فنية أو تقنية أو صعوبات تواجه المستفيدين عند تعاملهم مع هذه المواقع، ومن هذه الصعوبات بشقيها الآتي:

١ - عدم الثقة في الجدوى وعائد التكلفة سواء للإعلانات التجارية أو إتاحة الشراء من خلال الشبكة.

٢ - ندرة المعلومات المتاحة للناشرين حول إمكانات الإنترنت واستخدامها في عمليات التسويق.

٣ - مغالاة مزودي خدمات الإنترنت في أسعار استضافة الصفحات والمواقع على الشبكة، إضافة إلى عدم دراية المصممين بمشكلات ودقائق تصميم صفحات الناشرين على الشبكة، فعلى الرغم من فرق أسعار استضافة المواقع لصالح الموردين الأجانب يواجه الناشرون مشكلة عند تصميم الصفحات بأنفسهم.

٤ - عدم الثقة في النقود الإلكترونية للمستفيدين عموماً، وفي العالم العربي خصوصاً.

٢ - ٤ - ٥: أسماء المواقع وعناوينها الإلكترونية:

بعد أن أصبح بالإمكان نقل جميع أنواع المعلومات من نص وصوت وصورة وغيرها على شبكة الويب كان لابد من إيجاد طريقة لتحديد عنوان أي معلومة ونوعها و الحصول عليها بسرعة مناسبة، وقد تم إيجاد صيغة موحدة لكتابة وقراءة هذه العناوين التي تدعى: أسماء المواقع.

فالمواقع على الإنترنت تتكون من الأجزاء التالية:

١ - شبكة الويب ويرمز لها www.

٢ - اسم الموقع.

٣ - طبيعة عمل هذا الموقع، هل هو حكومي أم تجاري أو غير ذلك؟

٤ - رمز الدولة الذي يوجد فيها هذا الموقع.

مثـــال: www.kfnl.gov.sa

فـــي المثـــال الســابق نجـد أن اسم الموقع هو مكتبـة الملك فـهـد الوطنيـة (kfnl)، وطبيعة عملها حكومي Governmental (gov) ورمـز البلد الذي توجد فيه المملكة العربية السعودية Saudi Arabia (sa).

ويلزم أحـيـاناً تحـديد المسـار الأدق الـذي يوصل إلى المعلومـات بإضــافـة أسماء وفهارس فرعية يفصل بينها بالإشارة /

ويوضح الجدول (٢-١) أهم الاختصارات لطبيعة عمل الموقع:

الجدول رقم (٢ - ١)

أهم الاختصارات لطبيعة عمل المواقع

طبيعة عمل الموقع	الاختصار	الاسم الكامل
الهيئات والشركات التجارية	Com	Commercial
المعاهد والجامعات والمؤسسات التعليمية	Edu	Educattional
الدوائر والمؤسسات الحكومية	Gov	Governmental
الهيئات والمؤسسات العسكرية	Mil	Military
شركة توصيل خدمات الشبكات	Net	Net work
المنظمات والهيئات الخاصة	Org	Organization
المؤسسة الدولية كالناتو	Int	International

الاختصار	طبيعة عمل الموقع
Arts	الهيئات الثقافية الفنية
Info	خدمات المعلومات
Tv	القنوات التليفزيونية
Med	المستشفيات والمستوصفات
Ac	الجهات الأكاديمية
Coop	الجمعيات التعاونية

http : وهي اختصار لعبارة HyperText Transfer Protocol بروتوكول نقل النص المترابط : وهي مجموعة من القواعد لتبادل ونقل الملفات من نصوص وصور وصوت الموجودة على الإنترنت، أي أنها اتفاقية خاصة بالوصول للوثائق والنصوص عبر الإنترنت.

٢ - ٤ - ٦: وضع الموقع على الإنترنت وتسجيله بمحركات البحث:

وهي المرحلة التي بموجب تنفيذها وإتاحتها تعلن عن تفعيل الموقع أمام المستفيدين منه، وهي مرحلة في غاية الأهمية لما سوف يعقبها من رضا واستحسان، أو خلاف ذلك من قبل زائري الموقع.

ويشير لطفي إلى أن كيفية وضع الموقع على الإنترنت يتم بالطرق الآتية:

١ - يتم تحميل الموقع على شبكة محلية تعمل ببروتوكول TCP / IP لاختبار بنية الموقع وروابطه، ثم يلي ذلك تحميل الموقع على الخادم.

TCP/ IP : وهي اختصار لعبارة -Transmission Control Protocol Internet Pro tocol وهو نظام متحد يضم ما يربو على ١٠٠ اتفاقية معقودة بين البرامج لتنظيم عملية الاتصال ونقل الملفات والوصول إلى الشبكات وأجهزة الحاسب الأخرى.

٢ - الإعلان عن الموقع ، حيث تمثل هذه المرحلة إحدى أهم محاور إتاحة الموقع، إذ إن وجود الموقع على خادم للويب وترك مسألة تغطيته في محركات البحث للآليات Robots التي تستخدمها محركات البحث في تغطية المواقع المتاحة على الشبكة لا يضمن تغطية الموقع في محركات البحث، وبصفة خاصة إن كان هذا الموقع مستضافاً في موقع أكبر حيث تكتفي بعض محركات البحث بتغطية الصفحات الرئيسية على الخادم الواحد فضلاً عن تأخر ظهور الموقع على محركات البحث، ولذلك يجب استخدام الأدوات المتاحة لتسجيل المواقع (**لطفي**، ٢٠٠٠ ، ٢٠١).

٢ - ٤ - ٧: خصائص مواقع الناشرين الناجحة على الإنترنت ومزاياها:

هناك كثير من المميزات التي يتميز بها الموقع الناجح عنه غيره، وهي تختلف من موقع لآخر بحسب الهدف الذي صمم من أجله، والجمهور الذي يخدمه، لذلك وبشكل عام هناك بعض المميزات التي يمكن الإشارة إليها، والتي ينبغي أن تتصف بها مواقع الناشرين لكي تكون ناجحة، ومن أهمها :

١ - تسجيل موقع الناشر أو الموزع وتكشيفه في محركات البحث المشهورة وفي فهارس المواقع والأدلة الموضوعية.

٢ - التحديث المستمر لمحتوى موقع الناشر أو الموزع ومتابعة الجديد عليه والصيانة المستمرة له، إذ تعد هذه الميزة من المزايا المهمة التي تساعد في الحكم على جودة الموقع ونجاحه من عدمها.

٣ – أن تتوافر المعلومات المطلوبة بشكل يغني عن البحث عن المزيد أو الاستفسار.

٤ – أن يقدم الموقع فكرة وصورة واضحة عن الناشر أو المؤسسة.

٥ – تحتوي صفحات موقع الناشر على أدوات مساعدة على التصفح، بحيث يمكن للزائر التجول في الموقع بسهولة، مثل الأيقونات والأسهم وغيرها.

٦ – معالجة كل صفحة من الموقع كصفحة دخول .

٧ – الاستفادة من الموقع في أشياء أخرى خلاف البيع والشراء، حيث يقدم منتجات وخدمات معلوماتية مفيدة، إذ هو ليس مجرد مكان للبيع والشراء فقط.

٨ – أن يتوفر للموقع دعم مؤسسي، وموازنة وفريق عمل متفرغ.

٩ – أن يكون للموقع قناة تسويق متكاملة مع القنوات الأخرى.

١٠ – أن يدعم الموقع بأدوات وخدمات الإنترنت الأخرى مثل البريد الإلكتروني وغيره.

١١ – أن يكون تصميم موقع الناشر متميزاً، بحيث يشمل نصوصاً وصوراً، ويكون متفاعلاً مع الزوار، ولابد أن يكون متماسكاً في تصميمه بعضه مع بعض، بحيث يدعو للإحساس بأنه موقع واحد وليس مجموعة من الصفحات المختلفة.

١٢ – أن يكون عنوان الموقع واضحاً وسهل التذكر.

١٣ – أن يوفر الموقع التعامل الآمن للدفع لما يتم طلبه من أوعية المعلومات.

٢ ـ ٥: تقييم مواقع الناشرين على الإنترنت:

انتشر بشكل لافت للنظر في العالم إنشاء المواقع المختلفة على الإنترنت

سواء كانت مواقع ترفيهية أو تجارية أو حكومية أو غير ذلك، بل تعدى ذلك إلى الأفراد أنفسهم حيث تزايدت أعداد المواقع الشخصية على الإنترنت، كل تلك المواقع تحاول جاهدة أن تطور من خدماتها وتقدم ما لديها من جهد مميز تسعى من خلاله إلى تحقيق أهدافها، وتعد البلاد العربية جزءاً من هذه العملية إذ عملت كثير من الجهات بمختلف أهدافها على إنشاء مواقع لها على الإنترنت لتنشر من خلالها المعلومات المختلفة، ولذلك يسعى العديد من الهيئات والمؤسسات العربية إلى إدخال الإنتاج الفكري العربي إلى الإنترنت، مما دعا إلى ظهور العديد من المواقع العربية المختلفة على الإنترنت، والتي تتفاوت في أهدافها ومحتوياتها وإخراجها بشكل واضح، وهذا يعني أن عدد المواقع المتاحة حالياً على الإنترنت من الصعوبة بمكان حصرها لاعتبارات كثيرة فأعدادها أصبحت تتضاعف بشكل متسارع تبعاً لتنوع أهدافها ومقاصدها، ولأنه أصبح بالإمكان إنشاء المواقع حتى للأفراد أنفسهم فضلاً عن الهيئات والمؤسسات والمكتبات ومراكز المعلومات حكومية كانت أو تجارية وغيرها.. إلخ، من أجل ذلك كله تتأكد أهمية وجود معايير لتقييم هذه المواقع.

ويشير عليان والسامرائي إلى أنه وانطلاقاً من أهمية الإنترنت كمصدر للمعلومات فقد أدرك الباحثون أهمية إجراء عمليات التقييم للمواقع على الإنترنت، نظراً لانتشارها بشكل كبير، بغية معرفة مدى فاعليتها في تقديم المعلومات والخدمات للمستفيدين، وقد أدرك الباحثون في مجال المكتبات والمعلومات أهمية تقييم المصادر المطبوعة منذ وقت مبكر وأوجدوا لها المعايير المناسبة، وعلى الرغم من وجود تلك المعايير وإمكانية الاستفادة منها لتقييم المصادر الإلكترونية إلا أن هناك بعض الأوجه والخصائص التي تمتاز بها المصادر الإلكترونية والتي تفرض إيجاد معايير إضافية تتناسب مع طبيعتها (**عليان والسامرائي، ٢٠٠٤م، ٢٤٣**).

٢ ـ ٥ ـ ١: الصعوبات التي تواجه عملية التقييم:

هناك العديد من الصعوبات التي تواجه عمليات التقييم للمواقع على اختلاف الأهداف التي أنشئت من أجلها هذه المواقع، فمن هذه الصعوبات:

١ – أنه لا يوجد معايير موحدة ومقننة يمكن السير عليها وتتبعها في عملية التقييم وذلك من منطلق الاختلاف الواضح في سياسات كل موقع وأهدافه، ويعد هذا من أهم الصعوبات التي تواجه عمليات التقييم.

٢ – أن الإنترنت تجمع أرقاماً كبيرة من المواقع التي تختلف خدماتها من موقع لآخر وبالتالي يصعب توحيد المعايير أو تطبيق معايير موحدة عليها كلها، وبالتالي تحتاج كل فئة منها إلى معايير مختلفة عن تلك.

٣ – تداخل الكثير من المواقع بعضها مع بعض عن طريق الروابط، حيث قد يصعب في بعض الأحيان التمييز بين الموقع الرئيسي والموقع المتفرع منه.

٤ – عدم استقرار المواقع وثباتها، ففي بعض الحالات ينتقل الموقع إلى عنوان جديد أو يتم إلغاء الموقع بدون إشعار مسبق.

٢ ـ ٥ ـ ٢: مناهج التقييم:

هناك منهجان للتقييم هما:

١ – المنهج التحليلي الفني من قبل أحد المتخصصين كالعاملين في المكتبات، وذلك باتباع خطوات وعناصر تقييم محددة مسبقاً، سواءً من قبل الباحث أو باستخدام بعض النماذج Models المتوفرة.

٢ – المنهج الانطباعي وذلك باستخدام الأسلوب المسحي والاستبانات التي توزع على المستفيدين من الموقع والمستخدمين لها وسؤالهم عنها بأسئلة محددة مسبقاً أو من خلال الأسئلة المفتوحة الإجابات.

وقد اتبع الباحث الأسلوب الأول حيث وضع (١١) معياراً في أحد عشر جدولاً قام من خلالها بمتابعة مواقع الناشرين وتسجيل البيانات والملاحظات من خلال هذه المعايير المحددة ومن ثم تحليلها.

٢ - ٥ - ٣: خطوات التقييم:

عند البدء في عمليات التقييم في هذه الدراسة فإنه لابد من وجود خطوات أساسية يمكن السير عليها، ولعل من أهم هذه الخطوات:

١ - التعرف إلى نوع الموقع سواء كان تجارياً أو حكومياً أو ترفيهياً أو إخبارياً أو شخصياً أو إرشادياً.

٢ - وضع جداول تتضمن عناصر التقييم يتم من خلالها متابعة المواقع وتعبئة البيانات المطلوبة حسب العناصر المحددة.

٣ - تحليل هذه العناصر بعد تفريغ الجداول لكي تعطي معلومات دقيقة ومحايدة يمكن من خلالها الحكم على جودة هذه المواقع وكفاءتها من عدمها.

وبعد عملية التقييم وتطبيقها على المواقع التي وقعت عليها الدراسة تستطيع المكتبات ومراكز المعلومات والمستفيدين من التمييز بين المواقع الجيدة من غيرها واختيار أفضلها في تلبية احتياجاتهم، على أنه لا ينبغي أن يعمم الحكم أو يستمر، فالمواقع تسعى دائماً للتطور والظهور بالمظهر الأفضل لذلك ينبغي أن تكون العملية التقييمية مستمرة دورياً للتمييز ومعرفة الأبرز والأكثر فائدة للمكتبات ومراكز المعلومات والمستفيدين.

٢ - ٥ - ٤: معايير التقييم:

وضع بعض الباحثين معايير أو مقاييس تقييم المواقع، إلا أنهم عندما

تناولوا هذه المواقع بالتقييم تناولوها من ناحية أكثر شمولية، وفي وقت كانت تلك المواقع في بداياتها، وسوف يحاول الباحث في هذا الجزء من الدراسة أن يلقي الضوء على هذه الأبحاث، وبالتالي يمكن الخروج من خلالها ببعض المعايير التي تختص بمواقع الناشرين العرب التجاريين التي أنشئت على الإنترنت، فمن الباحثين الذين وضعوا بعض المعايير الآتي:

قدمت مود اسطفان هاشم مقاييس تهتم في المقام الأول بالمعلومات التي تنشر على المواقع الإلكترونية من ناحية تنظيمها وأشكال تقديمها ولم تكن تعني الموقع نفسه كهدف أساسي إلى أنها تعرضت إلى بعض العناصر التي يمكن أن تفيد في تقييم المواقع بشكل عام، سوف يتناولها الباحث في هذه الدراسة بالشرح والتعليق، ومن هذه العناصر الآتي:

١ - استمرارية الموقع:

ويقصد بها ثباته أو تغير عنوانه إلى عنوان آخر.

٢ - حداثة المعلومات:

ويقصد بها تاريخ إنشاء الموقع، وآخر تحديث له، وطريقة البحث فيه وهذه النقاط تعد من العناصر المهمة في تقييم المواقع بمختلف أنواعها وخدماتها.

٣ - المحتوى:

ويقصد به طريقة عرض المعلومات، ولغة الموقع، والتغطية بحيث تبرز الأقسام الرئيسية والمختلفة التي يتضمنها الموقع، والدعاية وهي الإعلان عبر صفحات الموقع.

٤ - تنظيم المعلومات :

ويشمل سجل الزوار، ونبذة عن الموقع، وسهولة الانتقال من صفحة لأخرى، وتضمين الموقع روابط لمواقع أخرى.

٥ - شكل الموقع:

وهو من العناصر المهمة، ويقصد به تصميم الموقع من الناحية الجمالية، وإمكانية تصفحه بسهولة واحتواؤه على صور، ووضوح الروابط، ووضوح الانتقال والعودة إلى الصفحة الرئيسية (**هاشم، ١٩٩٩م ، ٤٤١**).

كما تذكر حسناء محجوب عدداً من العناصر المهمة في تحليل مواقع الناشرين العرب التجاريين والتي يمكن أن تكون لبنة أساسية لمعايير واضحة ومقبولة عن مواقع الناشرين، لذا رأى الباحث أن يعرضها وهي على النحو الآتي:

١ - بناء الموقع وتصميمه:

وضعت حسناء محجوب في هذا الخصوص عدداً من العناصر تشمل الآتي:

صفحة لأخبار الدار، ووسائل لجذب الزوار، مثل التخفيضات، ودفتر الزوار، وسهولة الرموز المستخدمة في تصميم الموقع، واستخدام الموقع لبعض الإعلانات.

٢ - محتوى الموقع ومجاله:

يعد محتوى الموقع من العناصر الهامة في عملية تقييم أي موقع لناشر، وقد أشارت حسناء محجوب لعدد من العناصر التي ترى أهميتها في عملية التقييم حيث تشمل الآتي:

أ - طريقة عرض المعلومات على الموقع، وطريقة عرض إنتاج الناشر التي تضمه قائمة محتوياته.

ب - نشـر الموقع عن طريق محركات البحث المعروفة، ومواقع الناشرين الآخرين، ومواقع المكتبات الحكومية.

ج - تاريخ بناء الموقع، وفترات التحديث لمعلوماته وهل حددت بفترة زمنية معينة؟

د - التفصيلات الأخرى، ويقصد بها البيانات الببليوجرافية عن عناوين الكتب المدرجة في قوائم الناشر.

٣ - القدرة على العمل:

عنصر آخر في غاية الأهمية عند الحديث عن أي موقع إلكتروني، ويمكن تحديده في النقاط التالية:

أ - سهولة استخدام الموقع: وذلك بأن تكون الأوامر واضحة وسهلة وتوجد معلومات تساعد المستفيد في كيفية البحث والطلب وكيفية صياغة إستراتيجية البحث.

ب - استرجاع المعلومات: وهذا العنصر يتحدث عن فهارس الموقع حيث يمكن استرجاع المعلومات المطلوبة منها بسهولة (**محجوب، ١٩٩٩م، ٣٩١**).

كما تحدث الجبري عن تقييم المواقع وخصوصاً تلك المواقع العلمية التي يستمد منها الباحثون المعلومات لمعرفة مدى الاعتماد على ما ينشر عليها من نصوص ومقالات من حيث الموثوقية والمصداقية، وهي لا تمس مواقع الناشرين العرب التجاريين بشكل مباشر، ولكن يرد في ثنايا المعايير المذكورة ما يهم مواقع الناشرين ويعتبر من العناصر الضرورية في عملية تقييم المواقع بشكل عام بغض النظر عن نوعها أو هدفها، ومن أهم هذه العناصر الآتي:

١ - حداثة المعلومات:

من الضروري أن ينص الموقع على تاريخ إنشائه وتاريخ آخر عملية تحديث تمت عليه وهل تنفذ بشكل دوري منتظم، ويعد هذا من العناصر المهمة في عملية التقييم.

٢ - تصميم الموقع:

أيضاً يعد هذا من المعايير المهمة في عملية التقييم، لأن تصميم الموقع من العناصر المهمة التي تؤثر في نفسية المستفيد وتسهل عملية البحث والاستفادة من الموقع بما يوفره من مزايا وإمكانات تفيد المستفيدين.

٣ - الدخول على الموقع:

تعد السهولة في إجراءات الدخول إلى الموقع من أهم الخصائص التي يجب مراعاتها، فهناك بعض المواقع التي تغلق في أوقات معينة وبعضها يتطلب رسوماً مالية للدخول أو اشتراكاً دورياً أو حسب مرات الدخول، ولا يرى الباحث في هذه الدراسة أن هذا من العناصر التي تهم مواقع الناشرين إذ من النادر وجودها في هذه المواقع وربما لا توجد إلا في المواقع التي تهتم بالمعلومات فقط (**الجبري، ٢٠٠٠م، ٩٩ - ١٠٢**).

ويحدد مغاوري معايير تقييم المواقع بعدد من العناصر المهمة التي يرى الباحث أنها قد تكون الأكثر أهمية من غيرها، حيث تشمل العناصر الآتية:

١ - محتوى الموقع ومجاله:

يتضمن محتوى الموقع ومجاله ما يلي: تاريخ الإنشاء، لغة الموقع، مجالات التغطية، أقسام الموقع، حداثة المعلومات والمستفيدون، وهي كما يلاحظ عناصر مهمة في تقييم مواقع الناشرين العرب التجاريين على

الإنترنت، فتاريخ الإنشاء من الأشياء المطلوب توفرها في الموقع، كذلك اللغات المستخدمة في الموقع، والموضوعات التي يغطيها الموقع، كما أن تحديث المعلومات باستمرار يجدد نشاط الموقع ويقدم خدمة مميزة للمستفيدين منه.

٢ - مجالات الاستفادة من الموقع:

تضمنت مجالات الاستفادة من الموقع العناصر التالية: خدمات الموقع، نظام البحث في الموقع، تكاليف ومجانية الاستخدام وطريقة الدفع، أيضاً تشكل هذه العناصر معايير أساسية عند تقييم المواقع، من حيث الخدمات التي يقدمها الموقع، وطرق البحث المتاحة فيه وطريقة الدفع، إلا أن مجانية الاستخدام ليست معياراً، إذ إن استخدام مواقع الناشرين التجاريين مجاني إلا في حالة طلب الشراء لأوعية معلومات تم اختيارها.

٣ - بناء الموقع وتصميمه:

تضمنت عناصر بناء الموقع وتصميمه الآتي: الروابط، الإعلانات وصفحات المساعدة، أيضاً من النقاط المهمة في عملية التقييم حجم الروابط والاستفادة منها والإعلانات المصاحبة للموقع وصفحات المساعدة المتاحة للمستفيد من الموقع (**مغاوري، ٢٠٠٢م**، ١٧٠).

وبعد استعراض تلك المعايير السابقة على اختلافها وتنوع خدماتها، قام الباحث في هذه الدراسة باختيار عدد من المعايير يرى أنها هي الأنسب في عملية تقييم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وبناء عليها تقييم تلك المواقع التي تدخل ضمن هذه الدراسة، وقد ضمن الباحث تلك المعايير منهج البحث وجعلها من أدواته، ويرى الباحث أن المعايير التي اعتمد عليها في تقييم مواقع الناشرين العرب التجاريين هي الأنسب للاعتبارات التالية:

١ – أن هذه المعايير تغطي الجوانب الهامة المتعلقة بمواقع الناشرين العرب التجاريين، ومنها على سبيل المثال : العمر الزمني ومجالات التغطية والخدمات المقدمة في الموقع وأنظمة البحث المتاحة.. إلخ.

٢ – أن هذه المعايير تتشابه مع العديد من المعايير التي تناولتها الدراسات المهتمة بتقييم مواقع الناشرين العرب بصفة عامة، ولذا تم الاعتماد على أكثر هذه العناصر تشابهاً واتفاقاً مع أهداف الدراسة.

٣ – أن هذه المعايير تخدم أهداف الدراسة من حيث التعرف إلى أبرز مواقع الناشرين العرب التجاريين على شبكة الإنترنت، والتعرف إلى الخدمات المقدمة وطرق البحث المتاحة عبر هذه المواقع، بالإضافة إلى التعرف إلى مميزات وعيوب هذه المواقع. (انظر جداول المعايير، الملحق رقم٢).

لذا فإن المعايير التي ضمنها الباحث منهج دراسته هي على النحو التالي:

١ – العمر الزمني للناشر في سوق النشر على الإنترنت.

٢ – مجال التغطية من حيث كمية الإنتاج التي تضمها قاعدة البيانات وعدد الموضوعات.

٣ – الخدمات المقدمة في الموقع وتشمل:

- البحث عن عناوين الكتب (بالمؤلف، أو بالعنوان، أو بالكلمة المفتاحية).
- خدمة إتاحة الاشتراك في الدوريات.
- خدمة الإعلام الجاري.
- خدمة النسخ الجزئي.

٤ – أنظمة البحث في الموقع، وتشمل:

- البحث السريع بالكلمة.
- البحث المتقدم من خلال الربط بين المصطلحات.

٥ - وسيلة الاتصال بالناشر (البريد الإلكتروني، البريد العادي، التليفون، الفاكس).

٦ - بناء الموقع وتصميمه من حيث: (الروابط، والإعلانات، وصفحات المساعدة).

٧ - اللغات المستخدمة في استعراض الموقع: (اللغة العربية، اللغة الإنجليزية، لغات أخرى).

٨ - تكشيف الموقع في محركات البحث والأدلة الموضوعية: (Google، Altavista، HotBot، Yahoo، محركات أخرى).

٩ - تحديث الموقع وصيانته: (يومي، أسبوعي، شهري، حسب ما تقتضيه الحاجة).

١٠ - أهم المعلومات التي يقدمها عن أوعية المعلومات: (بيانات ببليوجرافية، مستخلص، السعر).

١١ - طريقة الدفع والتكاليف: (بطاقة ائتمانية، الشيك العادي، الشيك الإلكتروني، الحوالة).

٢ - ٦ الدراسات السابقة:

يستعرض الباحث هنا بعض الدراسات السابقة التي تمس جانباً من جوانب دراسته هذه، ويعرف بها من خلال عرض مختصر لهذه الدراسات مبيناً الهدف منها ومنهج الدراسة والنتائج التي انتهت إليها مع إبراز العلاقة بينها وبين الدراسة الحالية.

قامت حسناء محجوب (١٩٩٩م) بدراسة تحليلية عن مواقع الناشرين العرب على الإنترنت، كان الهدف منها حصر مواقع الناشرين العرب على الإنترنت خلال ستة أشهر فقط من تاريخ الدراسة على اعتبار أن هذه المواقع تعد أحد أدوات الاختيار التي يعتمد عليها أمين المكتبة ، وكان منهجها في هذه الدراسة يعتمد على المنهج التحليلي لحصر المواقع واستعراض الإنتاج الفكري لها لمعرفة المعايير التي يتم على أساسها تقييم وتحليلها هذه المواقع، ومن نتائج الدراسة التي انتهت الباحثة هي أنه تم تكوين مجموعة من المعايير رأت أنها الأنسب لتقييم مواقع الناشرين بصفة عامة، أما الدراسة الحالية فسوف تتناول أكبر عدد ممكن من مواقع الناشرين العرب التجاريين ودورهم في عمليات التزويد في مكتبات مدينة الرياض منذ ظهور خدمة الإنترنت وحتى نهاية عام ٢٠٠٥م.

وفي دراسة لعلاء مغاوري (٢٠٠٢م) بعنوان مواقع المتاجر الإلكترونية على شبكة الإنترنت، كان الهدف منها التعريف بالمتاجر الإلكترونية على شبكة الإنترنت لمعرفة نمط الخدمات التي تقدمها وكيفية التعامل معها للاستفادة منها في تنمية مقتنيات المكتبات، كما اقتصرت على أشهر مواقع التجارة الإلكترونية للكتب كدراسة تحليلية لها، وكان المنهج التحليلي المقارن هو المنهج المستخدم في الدراسة، إضافة إلى جلسات الاطلاع المباشر، ومن نتائج الدراسة وضع معايير تقييم المواقع موضع الدراسة، كما اختصت هذه الدراسة بموقعين لموزعين للكتب العربية، بينما الدراسة المقترحة تختص بمواقع الناشرين التجاريين العرب مستبعدة الموزعين الذين لا يقومون بمهمة النشر كما تدرس دور مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في تزويد المكتبات في مدينة الرياض.

كما قامت رحاب البسام (٢٠٠٤م) بدراسة تحت عنوان : استخدام شبكة الإنترنت في الإجراءات الفنية في مكتبات مدينة الرياض كان الهدف منها معرفة استفادة مكتبات مدينة الرياض من إمكانات شبكة الإنترنت في الإجراءات الفنية (التزويد والفهرسة) والتعرف إلى المشكلات التي تواجه المكتبات عند استخدام الشبكة، واعتمدت الباحثة في منهج الدراسة على المنهج التحليلي لدراسة الظاهرة موضوع البحث، كما استخدمت بعض الأساليب الإحصائية الوصفية لاستخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والرسوم البيانية للبيانات التي خرجت بها الدراسة، وكان من نتائج الدراسة أن غالبية رؤساء وموظفي أقسام التزويد والفهرسة متخصصون في علم المكتبات ولديهم خبرات أو شهادات في مجال استخدام الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت كما أن أغلب المكتبات تستفيد من بعض خدمات الإنترنت في إجراءاتها الفنية مثل البريد الإلكتروني وتصفح المواقع والاستفادة من فهارس المكتبات الأخرى وبعض الأدوات المساعدة في عملية التزويد كما استفادت منها في سرعة الإجراءات وانخفاض التكاليف والتحديث المستمر لمعلوماتها، بينما الدراسة المقترحة تتناول مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومدى استفادة المكتبات موضع الدراسة منها في عملية التزويد.

وقد ذكر بيتشمان (Pitschmann, 2001) في دراسته عن البناء الداعم للمجموعات اعتماداً على المصادر المجانية للشبكة العالمية للمعلومات، حيث كان الهدف من الدراسة هو التعرف إلى الممارسات المستخدمة في تنمية المجموعات من خلال الاعتماد على المصادر المجانية المتاحة على الشبكة العالمية والتي تدعم التعليم العالي والبحث العلمي فمن خلال استعراض هذه الممارسات والمشاريع أمكن دعم الهيئات التي تعمل على تنمية مجموعات

مصادر الشبكة العالمية في المرحلة التي تتطلب توافر تبنى مجموعة من الممارسات والسياسات والنماذج التنظيمية، كما تبين الدراسة إطارات التشابه والاختلاف بين المصادر المطبوعة ومصادر الشبكة المجانية، واعتمد الباحث في جمع المعلومات على المقابلات مع أمناء المكتبات ومتصفحي الإنترنت والمواقع الموضوعية، وقد أظهرت الدراسة عدداً من النتائج، أهمها أن تنمية المجموعات وإدارتها من خلال الاعتماد على مصادر الشبكة المجانية يشهد استخداماً واسعاً، كما أن استخدام المصادر الإنسانية والقضايا التنظيمية والمشكلات المادية أصبح يتسع ليشمل الأفراد المسئولين عن اختيار هذه المصادر، أما الدراسة المقترحة فتركز على الاستفادة من مواقع الناشرين العرب التجاريين في أقسام التزويد بالمكتبات موضع الدراسة بصرف النظر عن كون هذه المصادر المتاحة عبر هذه المواقع مجانية أو مدفوعة الثمن.

إن الدراسات السابقة أشارت إلى الإنترنت وعلاقته بالتزويد كما أشار بعضها إلى مواقع الناشرين وتطبيقاتها بشكل عام وعلى مدى شمولها، بمعنى أن هذه الدراسات لم تتطرق بتعمق لتلك العلاقة بين مواقع الناشرين وبين المكتبات من حيث التزويد وإجراءاته ومدى استفادة هذه المكتبات منها، كما أنها لم تتطرق إلى المكتبات في السعودية، وهل استفادت من هذه المواقع بشكل مرضٍ أم لا ؟ وهذا ما سوف يركز عليه الباحث في دراسته من حيث عملية التزويد، ومدى الاستفادة منها، ومدى تلبية هذه المواقع لمتطلبات التزويد في المكتبات.

الفصل الثالث

منهج البحث

وإجـراءات الدراسـة

يتناول هذا الفصل منهج البحث العلمي المستخدم في الدراسة، وحدودها، ويوضح مجتمع الدراسة وعينتها، كما يتطرق لبناء أداة الدراسة والإجراءات التي تم اتباعها للتحقق من صدقها وثباتها. ويبين أيضاً كيفية تطبيق الدراسة ميدانياً، وأساليب المعالجة الإحصائية التي استخدمت في معالجة بيانات الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

٣ - ١: منهج البحث العلمي المستخدم في الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها للوقوف على واقع ودور "مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض"، فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفاً وكماً، "فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى" (**عبيدات وآخرون، ٢٠٠١م، ٨٧**). كما لا يقف هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعداه إلى التحليل والربط والتفسير للوصول إلى استنتاجات يبنى عليها التصور المقترح (**العساف، ١٩٩٥م، ١٨٦**).

٣ - ٢: مجتمع الدراسة وعينتها:

بناءً على أهداف الدراسة وتساؤلاتها فقد تحدد مجتمع الدراسة على أنه:

أولاً : مواقع الناشرين العرب التجاريين في أهم الدول العربية وذلك من حيث تعاملها مع المكتبات في المملكة العربية السعودية بكثرة فهي أبرز الدول المزودة لهذه المكتبات كما أن لهذه المواقع دوراً في ازدهار حركة النشر والناشرين في هذه الدول بحيث تشمل:

الأردن، وسوريا، ولبنان، ومصر، بالإضافة إلى المملكة العربية السعودية بلد الدراسة، حيث وضع الباحث (١١) معياراً أساسياً بناءً على دراسات سابقة وتم تطبيقها على (١١٨) موقعاً، وأمكن الدخول إلى (٨٥) منها، وتعذر الدخول إلى البقية، إذ استطاع من خلالها تقييم هذه المواقع ومقارنتها بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، والتي تم اختيار (٥) مواقع معروفة منها، (انظر جداول المعايير، الملحق رقم ٢) وهذه المعايير هي على النحو الآتي:

- العمر الزمني للناشر في سوق النشر على الإنترنت.
- مجال التغطية من حيث كمية الإنتاج التي تضمها قاعدة البيانات وعدد الموضوعات.
- الخدمات المقدمة في الموقع، وتشمل:

١- البحث عن عناوين الكتب.

٢- إتاحة الاشتراك في الدوريات.

٣- خدمة الإعلام عبر البريد الإلكتروني.

٤- خدمة النسخ الجزئي.

- أنظمة البحث في الموقع، وتشمل:

١- البحث السريع بالكلمة.

٢- البحث المتقدم من خلال الربط بين المصطلحات.

- وسيلة الاتصال بالناشر (البريد العادي، التليفون، الفاكس، البريد الإلكتروني).
- بناء الموقع وتصميمه، من حيث الروابط والإعلانات وصفحات المساعدة.
- اللغات المستخدمة في استعراض الموقع.
- تكشيف الموقع في محركات البحث والأدلة الموضوعية.
- تحديث الموقع وصيانته.
- أهم المعلومات التي يقدمها عن أوعية المعلومات.
- طريقة الدفع.

ثانياً: جميع العاملين (مشرفين وموظفين) الذين يتعاملون مع الإنترنت في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية والبالغ عددها ثماني مكتبات، بالإضافة إلى مكتبة الملك عبدالعزيز العامة فرع المربع، (ومع أنها فرع لمكتبة الملك عبدالعزيز العامة، إلا أنها تتميز باستقلاليتها الإدارية والفنية، كما تتميز بكبر حجمها وأهميتها بالنسبة للمستفيدين، لذلك يرتادها الكثير منهم)، وذلك للتعرف إلى مدى استفادة هذه المكتبات من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في تدعيم وتطوير عملية التزويد لديها، وهذه المكتبات هي على النحو الآتي مرتبة هجائياً:

- مكتبة الأمير سلمان المركزية بجامعة الملك سعود.
- مكتبة جامعة نايف العربية.
- مكتبة دارة الملك عبدالعزيز.
- مكتبة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية.

- المكتبة المركزية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- مكتبة معهد الإدارة العامة.
- مكتبة الملك عبدالعزيز العامة.
- مكتبة الملك عبدالعزيز العامة - فرع المربع.
- مكتبة الملك فهد الوطنية.

وقد وقع اختيار الباحث على تلك المكتبات نظراً للأسباب الآتية:

١ - أهميتها بالنسبة للمستفيدين والباحثين.

٢ - كبر حجمها.

٣ - وجود علاقة وثيقة باستخدام الإنترنت في عملية بناء المقتنيات.

٤ - اهتمامها بحركة النشر حيث تضم إلى جانبها مراكز لنشر أوعية المعلومات.

٥ - يضاف إلى ذلك أن هذه المكتبات متنوعة في الهدف، فهي بين أكاديمية وعامة ومتخصصة ووطنية.

ويبين الجدول رقم (٣ -١) توزيع أفراد الدراسة بحسب المكتبات المختارة بمدينة الرياض:

يبلغ عدد الموظفين في أقسام التزويد في المكتبات المختارة (مشرفين وموظفين) (٤٥) موظفاً، وتم اختيارهم جميعاً لأنهم يعملون في أقسام التزويد بتلك المكتبات، ويتعاملون مع الإنترنت، كما أن عددهم محدود، لذا تم توزيع الاستبانة عليهم جميعاً، حيث تضمنت (١٣) سؤالاً مغلقاً، أجاب عليها منهم (٤٢) موظفاً، هم عدد المبحوثين في هذه الدراسة.

الجـدول رقم (٣ - ١)
أفراد الدراسة من العاملين (مشرفين وموظفين)
الذين يتعاملون مع الإنترنت في قسم التزويد موزعين بحسب المكتبات المختارة

اسم المكتبة المختارة	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
مكتبة الملك فهد الوطنية	٨	٪١٩,٠
مكتبة الملك عبدالعزيز العامة	٦	٪١٤,٣
مكتبة الأمير سلمان المركزية بجامعة الملك سعود	٥	٪١١,٩
مكتبة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية	٥	٪١١,٩
مكتبة الملك عبدالعزيز العامة - فرع المربع	٤	٪٩,٥
المكتبة المركزية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٤	٪٩,٥
مكتبة معهد الإدارة العامة	٤	٪٩,٥
مكتبة جامعة نايف العربية	٣	٪٧,١
مكتبة دارة الملك عبدالعزيز	٣	٪٧,١
المجمـــــوع	**٤٢**	**٪١٠٠,٠**

يتضح من الجدول أن أكثر المكتبات تمثيلاً لأفراد الدراسة هي مكتبة "الملك فهد الوطنية"، إذ مثل أفراد الدراسة في هذه المكتبة (بثمانية أفراد بنسبة (١٩,٠٪) من إجمالي أفراد الدراسة البالغ عددها (٤٢) فرداً، يليها مكتبة "الملك عبدالعزيز العامة" (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪) من إجمالي أفراد الدراسة البالغ عددها (٤٢) فرداً، يليها كل من مكتبتي: "الأمير سلمان المركزية بجامعة الملك سعود" و "مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية" (٥) أفراد بنسبة (١١,٩٪) لكل منهما، ثم تأتي بعد ذلك مكتبات كل من: "معهد

الإدارة العامة"، "المكتبة المركزية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية" و"الملك عبدالعزيز العامة - فرع المربع" (٤) أفراد بنسبة (٩,٥٪) لكل منهم، وأخيراً تأتي مكتبتا: "جامعة نايف العربية" و "دارة الملك عبدالعزيز" (٣) أفراد بنسبة (٧,١٪) لكل منهما من إجمالي أفراد الدراسة البالغ عددها (٤٢) فرداً.

وقد كان توزيع أفراد الدراسة من موظفي ومشرفي قسم التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة بحسب بعض الخصائص الشخصية والوظيفية لهم (البيانات الأولية) كما يلي:

١ - مسمى الوظيفة:

يتضح من الجدول رقم (٣-٢) أن عدد الموظفين من بين أفراد الدراسة كانوا (٣١) موظفاً بنسبة (٧٣,٨٪) الإجمالي، بينما كان عدد المشرفين (١١) مشرفاً بنسبة (٢٦,٢٪) من إجمالي أفراد الدراسة.

الجدول رقم (٣ - ٢)

توزيع أفراد الدراسة بحسب مسمى الوظيفة

مسمى الوظيفة	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
مشـــــــرف	١١	٢٦,٢٪
موظـــــف	٣١	٧٣,٨٪
المجمـــــوع	**٤٢**	**١٠٠,٠٪**

٢ - المؤهل العلمي :

يتضح من الجدول رقم (٣-٣)، أن مؤهل "البكالوريوس أو الليسانس" هو المؤهل الأكثر بين أفراد الدراسة في المكتبات المختارة إذ بلغ عدد حاملي هذا المؤهل (٢١) فرداً بنسبة (٥٠,٠٪) من إجمالي أفراد الدراسة، يلي ذلك مؤهل "دبلوم ما بعد الثانوي" إذ بلغ عدد حاملي هذا المؤهل (١٢) فرداً بنسبة (٢٨,٦٪)، ثم مؤهل "الماجستير" إذ بلغ عدد حاملي هذا المؤهل (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪)، ثم مؤهل "الدكتوراة" إذ بلغ عدد حاملي هذا المؤهل (٣) أفراد بنسبة (٧,١٪)، وهو ما يدل على ارتفاع المستوى التعليمي لأفراد الدراسة.

الجدول رقم (٣ - ٣)

توزيع أفراد الدراسة بحسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
دكتوراة	٣	٧,١٪
ماجستير	٦	١٤,٣٪
بكالوريوس أو ليسانس	٢١	٥٠,٠٪
دبلوم بعد الثانوي	١٢	٢٨,٦٪
المجمـــــوع	**٤٢**	**١٠٠,٠٪**

٣ - التخصص العام:

يتضح من الجدول رقم (٣ -٤)، أن التخصص العام الشائع بين أفراد الدراسة في المكتبات المختارة هو "مكتبات ومعلومات" إذ بلغ عدد من كان في هذا التخصص (٣٦) فرداً بنسبة (٨٥,٧٪) من إجمالي أفراد الدراسة، ثم تخصص

"تاريخ" كما جاء في إجابة بعضهم، إذ بلغ عدد من كان في هذا التخصص (٤) أفراد بنسبة (٩,٥٪)، ثم تخصص "وثائق" إذ بلغ عدد من كان في هذا التخصص (فردين) بنسبة (٤,٨٪)، ويلاحظ في واقع الأمر أن التخصص العام لجميع أفراد الدراسة من المكتبات المختارة يدور حول "المكتبات والمعلومات والوثائق".

الجدول رقم (٣ - ٤)

توزيع أفراد الدراسة بحسب التخصص العام

التخصص العام	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
مكتبات ومعلومات	٣٦	٨٥,٧٪
تاريخ	٤	٩,٥٪
وثائق	٢	٤,٨٪
المجمـــــــوع	**٤٢**	١٠٠,٠٪

٤ - عدد سنوات الخبرة في أقسام التزويد:

يتضح من الجدول رقم (٣-٥)، أن عدد سنوات الخبرة في قسم التزويد الشائع بين أفراد الدراسة في المكتبات المختارة هو "من ٦ إلى ١٠ سنوات" إذ بلغ عدد الأفراد في هذه الفئة (١٧) فرداً بنسبة (٤٠,٥٪) من إجمالي أفراد الدراسة من المكتبات المختارة، يليه عدد سنوات الخبرة " أقل من ٥ سنوات" إذ بلغ عدد الأفراد في هذه الفئة (١٠) أفراد (٢٣,٨٪)، ثم عدد سنوات الخبرة "أكثر من ١٥ سنة" إذ بلغ عدد الأفراد في هذه الفئة (٩) أفراد بنسبة (٢١,٤٪)، ثم عدد سنوات الخبرة "من ١١ إلى ١٥ سنة" إذ بلغ عدد الأفراد في

هذه الفئة (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪)، ويلاحظ مما سبق ارتفاع عدد سنوات الخبرة في أقسام التزويد بين أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

الجدول رقم (٣ - ٥)

توزيع أفراد الدراسة بحسب عدد سنوات الخبرة في أقسام التزويد

عدد سنوات الخبرة في قسم التزويد	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
أقل من ٥ سنوات	١٠	٢٣,٨٪
من ٦ إلى أقل من ١٠ سنوات	١٧	٤٠,٥٪
من ١١ إلى أقل من ١٥ سنة	٦	١٤,٣٪
أكثر من ١٥ سنة	٩	٢١,٤٪
المجمــــــوع	**٤٢**	**١٠٠,٠٪**

٥ - الحصول على دورات تدريبية في مجال الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٣-٦) ، أن غالبية أفراد عينة الدراسة تحديداً ٢٧ فرداً بنسبة (٦٤,٣٪) من الإجمالي قد حصلوا على دورات تدريبية في مجال الإنترنت، بينما كان هناك (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٧٪) من الإجمالي لم يحصلوا على دورات تدريبية في مجال الإنترنت، وهذا يدل على ارتفاع مستوى التعامل مع الإنترنت بين أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، وكان من أسباب عدم حصولهم على دورات تدريبية في مجال الإنترنت الآتي:

١ - أن العمل لم يتح لهم فرصة الحصول على مثل هذه الدورات التدريبية في هذا المجال.

٢ - كذلك عدم رغبة بعضهم في الحصول على دورات تدريبية في مجال الإنترنت.

الجدول رقم (٣ - ٦)

توزيع أفراد الدراسة بحسب الحصول على دورات تدريبية

الحصول على دورات تدريبية في مجال الإنترنت	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
نعـــــم	٢٧	٦٤,٣٪
لا	١٥	٣٥,٧٪
المجمـــــــوع	**٤٢**	١٠٠,٠٪

٣ - ٣: أداة الدراسة وإجراءاتها:

٣ - ٣ - ١: بناء أداة الدراسة :

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة، قام الباحث بتصميم استبانة أولية موجهة للعاملين (المشرفين والموظفين في أقسام التزويد ويتعاملون مع الإنترنت) في المكتبات المختارة للدراسة في مدينة الرياض، للتعرف إلى آرائهم نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، ودور هذه المواقع في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض، ومن خلال الاستبانة تم جمع بيانات الدراسة اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها (انظر الاستبانة الملحق رقم ١)، واشتملت على ما يأتي:

الجزء الأول: ويشمل على البيانات (المتغيرات) الأولية أو الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة:

وهي متغيرات مستقلة تم وضعها في مستوى قياس "اسمي أو ترتيبي"،

وشملت البيانات الأولية لأفراد الدراسة في المكتبات المختارة، وكانت: مسمى الوظيفة، المؤهل العلمي، التخصص العام، عدد سنوات الخبرة في أقسام التزويد، الحصول على دورات تدريبية في مجال الإنترنت.

الجزء الثاني: ويشمل على مجموعة من الأسئلة تسمح بالتعرف إلى محاور (مجالات) الدراسة المختلفة، وذلك على النحو التالي:

١ - **السؤال الأول:** ويشمل مجموعة من العبارات تسمح بالتعرف إلى آراء أفراد الدراسة نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، ومدى تعامل المكتبات المختارة للدراسة معها، ومدى الاستفادة منها في عملية التزويد، وقد تم وضع هذه العبارات في شكل مقياس "ليكرت Likert" (١) الثلاثي لقياس الاستجابات (الاتجاهات)، بحيث يطلب من كل فرد أن يوضح مدى اتفاق أو اختلاف وجهة نظره مع كل جملة، وقد اعتمد الباحث في تحديد درجة الاستجابة على الشكل التالي:

(١) = أبداً. (٢) = أحياناً. (٣) = دائماً.

٢ - **السؤال الثاني** : ويشمل مجموعة من العبارات تسمح بالتعرف إلى آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو الإجراءات التي تتبعها المكتبة في الشراء من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت إذا كانت تتعامل معهم، وقد تم وضع هذه العبارات في شكل مقياس "ليكرت Likert " الثلاثي لقياس الاستجابات (الاتجاهات)، بحيث يطلب من كل فرد أن يوضح مدى اتفاق أو اختلاف وجهة نظره مع كل جملة، وقد اعتمد الباحث في تحديد درجة الاستجابة على الشكل التالي:

(١) = أبداً. (٢) = أحياناً. (٣) = دائماً.

٣ - **السؤال الرابع**: ويشمل مجموعة من طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، للتعرف إلى آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو أكثر هذه الطرق إتاحة، وقد تم وضع هذه العبارات في شكل مقياس "ليكرت Likert" الثلاثي لقياس الاستجابات (الاتجاهات)، بحيث يطلب من كل فرد أن يوضح مدى اتفاق أو اختلاف وجهة نظره مع كل جملة، وقد اعتمد الباحث في تحديد درجة الاستجابة على الشكل التالي:

(١) = أبداً.   (٢) = أحياناً.   (٣) = دائماً.

٤ - **السؤالان الخامس والعاشر**: وهما سؤالان محددا الإجابة وتسمح بالتعرف إلى آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو أهم طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وأهم الوسائل التي تستخدمها المكتبات لمتابعة أوامر وطلبات الشراء من هذه المواقع.

٥ - **السؤال السادس**: ويشمل مجموعة من العبارات تسمح بالتعرف إلى آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو المعوقات والمشكلات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وقد تم وضع هذه العبارات في شكل مقياس "ليكرت Likert" الثلاثي لقياس الاستجابات (الاتجاهات)، بحيث يطلب من كل فرد أن يوضح مدى اتفاق أو اختلاف وجهة نظره مع كل جملة، وقد اعتمد الباحث في تحديد درجة الاستجابة على الشكل التالي:

(١) = أبداً.   (٢) = أحياناً.   (٣) = دائماً.

٦ - **السؤالان الثامن والتاسع**: وهما سؤالان محددا الإجابة وتسمح بالتعرف إلى آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو أهم طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وأشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

٧ - **السؤال الثاني عشر**: ويهدف إلى التعرف إلى آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو الفروق بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، وقد تم وضع هذه العبارات في شكل مقياس "ليكرت Likert" الثلاثي لقياس الاستجابات (الاتجاهات)، بحيث يطلب من كل فرد أن يوضح مدى تقييمه مع كل جملة، وقد اعتمد الباحث في تحديد درجة التقييم على الشكل التالي:

(١) = ضعيف. (٢) = جيد. (٣) = ممتاز.

٣ - ٣ - ٢: صدق أداة الدراسة:

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه (**العساف، ١٩٩٥م، ٤٢٩**)، وقد قام الباحث بالتأكد من صدق المحكمين من خلال عرضها في صورتها الأولية على عدد من المحكمين العلميين المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات)، (وفي تخصص منهجية البحوث والإحصاء)، وذلك من جهات عديدة مثل: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الملك سعود، ومعهد الإدارة العامة، (انظر الملحق رقم ١) حيث يوضح أسماء المحكمين الذين قاموا مشكورين بتحكيم أداة الدراسة.

وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات، ومدى كفاية العبارات

لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة الأساسية، بالإضافة إلى اقتراح ما يرونه ضروريا من تعديل صياغة العبارات، أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة لازمة لأداة الدراسة، وكذلك إبداء آرائهم فيما يتعلق بالبيانات (المتغيرات) الأولية أو الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة ، إلى جانب مقياس "ليكرت Likert"المستخدم في الاستبانة.

واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون، قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة بعض العبارات، وحذف البعض الآخر منها، (انظر الملحق رقم١) حيث يبين الاستبانة في صورتها النهائية.

٣ - ٣ - ٣: ثبات أداة الدراسة:

أما ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة (**العساف، ١٩٩٥م ، ٤٣٠**) وهناك عدد من الطرق الإحصائية لقياس مدى ثبات أداة جمع البيانات (أداة الدراسة أو الاستبانة هنا) تقوم في مجملها على أساس حساب معامل الارتباط بين إجابات الأشخاص في المرة الأولى وبين إجابات الأشخاص ذاتهم في المرة الثانية، ويقال إن أداة الدراسة ذات ثابت عالٍ إذا كان معامل الثبات (معامل الارتباط) أكبر من (٠,٧٥) (**فهمي، ٢٠٠٥م، ٥٩**)، وقد قام الباحث هنا باستخدام طريقة إعادة الاختبار Test-Retest لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، حيث اختار عينة عشوائية صغيرة من مجتمع البحث (١٠ أشخاص) وطبق عليهم أداة الدراسة، ثم بعد أسبوع تقريباً أعاد التطبيق مرة أخرى على الأشخاص أنفسهم، ثم قام باستخدام معامل ارتباط الرتب (معامل سبيرمان للارتباط)، وبلغ هذا المعامل (٠,٨٧) وهو

معامل ثبات مرتفع (١)، مما يشير إلى ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها أداة الدراسة عند تطبيقها.

ويُستخلص مما سبق أن أداة القياس (الاستبانة)، صادقة في قياس ما وضعت لقياسه، كما أنها ثابتة بدرجة جيدة جداً، مما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة ويمكن تطبيقها بثقة.

٣ - ٤: خطوات تطبيق الدراسة الميدانية:

بعد التأكد من صدق أداة الدراسة وثباتها عن طريق العينة الاستطلاعية، تم إعدادها في صورتها النهائية، ثم تطبيقها ميدانياً على أفراد الدراسة في مكتبات مدينة الرياض المختارة، وقد استغرق التطبيق الفصل الدراسي الثاني ١٤٢٧/٢٦هـ وتم وفق الإجراءات (الخطوات) الآتية:

١ - حصل الباحث على خطاب تعريف من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية يفيد ارتباط الباحث بدراسة الماجستير في كلية العلوم الاجتماعية: قسم المكتبات والمعلومات.

٢ - الحصول على موافقة الجهات المختصة (المكتبات المختارة في مدينة الرياض) لتطبيق الدراسة ميدانياً على أفراد مجتمع الدراسة من المشرفين والموظفين في هذه المكتبات.

٣ - قام الباحث بنفسه بعد ذلك بتوزيع أداة الدراسة على (مشرفي وموظفي المكتبات)، حيث وزع (٤٥) استبانة، وقابل أفراد الدراسة ليشرح بنود الاستبانة ويوضح أهمية إجابتهم لأن عينة الدراسة صغيرة بعض الشيء وبالتالي فان إجابتهم سوف يبنى عليها نتائج الدراسة وتوصياتها، ثم قام باستعادة هذه الاستبانات حتى يضمن المصداقية والاهتمام في تعبئة

الاستبانة والحصول على أكبر قدر من الاستبانات الصالحة، وتمكن الباحث من الحصول على (٤٢) استبانة صالحة للتحليل، فيما لم يتمكن من الحصول على (٣) استبانات متبقية، حيث لم يحصل عليها رغم إلحاحه بالحصول عليها مراراً.

٣ - ٥: أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها ، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS)، وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قام الباحث باستخدامها:

أولاً : تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية (والتي تستخدم في نتائج العينة فقط) المناسبة لطبيعة البيانات في هذه الدراسة (بيانات اسمية، وبيانات رتبية)، وهذه الأساليب هي:

١ - حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف إلى الصفات الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة وتحديد استجاباتهم تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تضمنتها أداة الدراسة.

٢ - استخدام معامل ارتباط الرتب (معامل سبيرمان للارتباط) (Spearman rho Correlation) في حساب معامل ثبات أداة الدراسة باستخدام طريقة إعادة الاختبار Test-Retest.

٣ - استخدام الوسيط الحسابي Median، وذلك لمعرفة مدى ارتفاع استجابات أفراد عينة الدراسة أو انخفاضها عن كل عبارة من عبارات

متغيرات الدراسة الأساسية ، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى وسيط حسابي، وتم الاعتماد هنا على الوسيط الحسابي وليس المتوسط (الوسط) الحسابي نظراً لان طبيعة البيانات في هذه الدراسة هي بيانات رتبية، بناءً على ما أوصى به فهمي (**٢٠٠٥م، ٥٦١**).

٤ - استخدام نصف المدى الربعي أو ما يسمى بالانحراف الربعي (Quartile Deviation) للتعرف إلى مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة عن وسيطها الحسابي.

وتم الاعتماد هنا على الانحراف الربعي وليس الانحراف المعياري نظراً لأن طبيعة البيانات في الدراسة هي بيانات رتبية بناءً على ما أوصى به فهمي (**٢٠٠٥م، ١١٨**).

ثانياً: تم استخدام الأساليب الإحصائية الاستدلالية (والتي تستخدم في تعميم النتائج على مجتمع الدراسة وليس العينة فقط) المناسبة لطبيعة البيانات في هذه الدراسة (بيانات رتبية) ، وهذه الأساليب هي ما أوصى بها فهمي (**٢٠٠٥م، ٣٢٠**):

١ - استخدام اختبار (كولموجروف - سميرنوف Kolmogorov-Smirnove) لحسن المطابقة لكل عبارة من عبارات أداة الدراسة، لبيان درجة المطابقة بين توزيع العينة والتوزيع الحقيقي في مجتمع الدراسة، بمعنى التعرف إلى ما إذا كان هناك اختلافات دالة في الاستجابة (أبداً، أحياناً، دائماً) لكل عبارة من عبارات الدراسة أم لا؟ أو بمعنى آخر هل النسب الموضحة في العينة هي تقريباً كما لو أخذنا مجتمع الدراسة كله (كل مكتبات مدينة الرياض) أم لا؟

٢ - تم استخدام اختبار رتب إشارات المجموعات المتزاوجة لولكوكسن Wilcoxon بناءً على ما أوصى به فهمي (**٢٠٠٥م، ٤٣٥**) لدراسة الاختلافات (الفروقات) المعنوية بين آراء أفراد الدراسة (جميع مشرفي وموظفي أقسام التزويد والذين يتعاملون مع الإنترنت في مكتبات مدينة الرياض) حول مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة
وتحليلها وتفسيرها

٤ - ١ : الجزء الأول: تحليل الاستبانة

عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية التي تمت على مكتبات مدينة الرياض المختارة

محتويات الجزء الأول:

- الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض.
- إجراءات الشراء التي يقوم بها المشرفون والموظفون في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على شبكة الإنترنت.
- طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.
- طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبة التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.
- المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع هذه المواقع ومشكلاتها.
- هل يوجد في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت صفحات المساعدة والإعلانات وروابط لمواقع أخرى تتيح التنقل فيما بينها؟
- طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.
- أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.
- مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها وعيوبها.
- الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين مواقع الناشرين العرب التجاريين ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

٤ - ١ - ١: تمهيد:

يتناول هذا الجزء عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة المسحية (الميدانية)، وتحليلها وتفسيرها من خلال التعرف إلى آراء واستجابات أفراد عينة الدراسة (المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة الذين يتعاملون مع الإنترنت)، نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض (التساؤل الأول من تساؤلات الدراسة)، وكذلك التعرف إلى إجراءات الشراء التي يقوم بها المشرفون والموظفون في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين إلى الإنترنت، وطرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وطرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وكذلك التعرف إلى أهم المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع هذه المواقع، وطرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وأشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وقد قام الباحث في سبيل تحقيق ذلك باستخدام التكرارات والنسب المئوية، والوسيط، ونصف المدى الربعي، واختبار (كولموجروف - سميرنوف) لحسن المطابقة.

كما يتناول هذا الفصل دراسة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين آراء أفراد الدراسة (جميع مشرفي وموظفي أقسام التزويد والذين يتعاملون مع

الإنترنت في مكتبات مدينة الرياض المختارة) حول مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، وقد قام الباحث في سبيل تحقيق ذلك باستخدام اختبار رتب إشارات المجموعات المتزاوجة لولكوكسن ، وذلك للتعرف إلى ما إذا كان وسيط درجة تقييم مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت أكبر (بشكل ذي دلالة إحصائية) من وسيط درجة تقييم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت أم لا؟

وفيما يلي عرض لهذه النتائج بعد تحليلها ومناقشتها:

٤ - ١ - ٢: آراء واستجابات أفراد الدراسة نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة:

يتناول هذا الجزء آراء واستجابات أفراد الدراسة (المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة الذين يتعاملون مع الإنترنت) نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض، وذلك من خلال الجدول رقم (٤-١):

الجدول رقم (٤ - ١)

استجابات أفراد الدراسة نحو الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة

العبـــــــارة	أبداً (١)	أحياناً (٢)	دائماً (٣)	الوسيط	نصف المدى الربيعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
مدى تعامل المكتبة مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.	١٩	١٩	٤	٢	٠,٥٠	٢,٩٣٢	**٠,٠٠٠	٦
	٤٥,٢	٤٥,٢	٩,٥					
تستفيد المكتبة من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في إجراءات التزويد.	٢٣	١٤	٥	١	٠,٥٠	٣,٥٤٩	**٠,٠٠٠	٨
	٥٤,٨	٣٣,٣	١١,٩					
تتبع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت خدمة الاستفسار عن أوعية المعلومات التي نفذت من السوق.	٢٠	١٢	١٠	٢	٠,٦٣	٣,٠٨٦	**٠,٠٠٠	٧
	٤٧,٦	٢٨,٦	٢٣,٨					
سهولة استخدام مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.	٤	٢٠	١٨	٣	٠,٥	٣,٧٧٧	**٠,٠٠٠	١
	٩,٥	٤٧,٦	٤٢,٩					
تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت معلومات مفصلة عن أوعية المعلومات.	٦	١٤	٢٢	٣	٠,٥	٣,٣٩٥	**٠,٠٠٠	٢
	١٤,٣	٣٣,٣	٥٢,٤					
تنوع أوعية المعلومات التي تعرضها مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.	٨	١٨	٦	٢	٠,٥٠	٢,٧٧٧	**٠,٠٠٠	٤
	١٩,٠	٤٢,٩	٣٨,١					
سهولة الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.	٨	١٩	١٥	٢	٠,٥٠	٢,٣٢٥	**٠,٠٠٠	٥
	١٩,٠	٤٥,٢	٣٥,٧					
التعامل مع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت أقل كلفة مالية واختصاراً للوقت عن التعامل بالطريقة التقليدية.	٦	١٦	٢٠	٣	٠,٥٠	٣,٠٨٦	**٠,٠٠٠	٣
	١٤,٣	٣٨,١	٤٧,٦					

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤ - ١) أن اختبار كولموجروف - سميرنوف دال إحصائياً لجميع العبارات (حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب P-Value أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا α= ٠,٠١)، مما يشير إلى وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في الاستجابة على (أبداً، أحياناً، دائماً) لكل عبارات هذا المحور، وبمعنى أدق أن الاختلافات في النسب الخاصة بالعينة (والموضحة في الجدول) هي نفسها الخاصة بالمجتمع مما يمكننا من تعميم النتائج (الخاصة بالواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد) على مجتمع الدراسة (جميع مشرفي وموظفي قسم التزويد الذين يتعاملون مع الإنترنت في جميع مكتبات مدينة الرياض).

كما يتضح أنه من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) العبارات التالية التي تشكل في مجملها واقع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض، وذلك بناءً على قيمة وسيط درجة الاستجابة (من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، وبناءً على المنهجية المتبعة) كما يلي:

١ - جاءت العبارة الخاصة بـ "سهولة استخدام مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت" في الترتيب الأول من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٢٠) فرداً بنسبة (٤٧,٦٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٨) فرداً بنسبة (٤٢,٩٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين

أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٤٢,٩٪+ ٤٧,٦٪= ٩٠,٥٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٢ - جاءت العبارة الخاصة بـ "تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت معلومات مفصلة عن أوعية المعلومات" في الترتيب الثاني من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة ، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٤) فرداً بنسبة (٣٣,٣٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢٢) فرداً بنسبة (٥٢,٤٪) ، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٥٢,٤٪+ ٣٣,٣٪= ٨٥,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٣ - جاءت العبارة الخاصة بـ "التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت أقل كلفة مالية واختصاراً للوقت عن التعامل بالطرق التقليدية" في الترتيب الثالث من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢٠) فرداً بنسبة (٤٧,٦٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو

دائماً) لهذا الإجراء هي (٤٧,٦٪+ ٣٨,١٪= ٨٥,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ - جاءت العبارة الخاصة بـ "تتنوع أوعية المعلومات التي تعرضها مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت" في الترتيب الرابع من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٨) فرداً بنسبة (٤٢,٩٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪) ، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٣٨,١٪+ ٤٢,٩٪= ٨١,٠٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٥ - جاءت العبارة الخاصة بـ "سهولة الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت" في الترتيب الخامس من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربيعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٩) فرداً بنسبة (٤٥,٢٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٧٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٣٥,٧٪+ ٤٥,٢٪= ٨٠,٩٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٦ - جاءت العبارة الخاصة بـ "مدى تعامل المكتبة مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت" في الترتيب السادس من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة ، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة) ، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٩) فرداً بنسبة (٤٥,٢٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٤) أفراد بنسبة (٩,٥٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي ٤٥,٢٪+ ٩,٥٪= ٥٤,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٧ - جاءت العبارة الخاصة بـ "تتيح مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت خدمة الاستفسار عن أوعية المعلومات التي نفدت من السوق" في الترتيب السابع من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٢) فرداً بنسبة (٢٨,٦٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٠) أفراد بنسبة (٢٣,٨٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٢٨,٦٪+ ٢٣,٨٪= ٥٢,٤٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٨ - جاءت العبارة الخاصة بـ "تستفيد المكتبة من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في إجراءات التزويد" في الترتيب الثامن والأخير من حيث درجة الاستجابة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة الاستجابة لهذه العبارة (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٤) فرداً بنسبة (٣٣,٣٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٥) أفراد بنسبة (١١,٩٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١١,٩٪+ ٣٣,٣٪= ٤٥,٢٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

ويتضح مما سبق أن مدى تعامل مكتبات مدينة الرياض مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هو "أحياناً"، كما أن درجة استفادة مكتبات مدينة الرياض من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في إجراءات التزويد هي درجة ضعيفة وذلك لعدة أسباب (أو معوقات) سوف يتعرض لها الباحث في الأجزاء التالية من هذه الدراسة.

٤ - ١ - ٣: إجراءات الشراء التي يقوم بها المشرفون والموظفون في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

يتناول هذا الجزء آراء أفراد الدراسة واستجاباتهم (المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة) نحو إجراءات الشراء المتبعة عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك من خلال الجدول رقم (٤-٢):

الجدول رقم (٤ - ٢)

استجابات أفراد الدراسة نحو إجراءات الشراء المتبعة في مكتبات مدينة الرياض المختارة عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

العبـــــــارة	أبداً (١)	أحياناً (٢)	دائماً (٣)	الوسيط	نصف المدى الربعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
البحث عن المواد المطلوبة	٦	١٩	١٧	٢	٠,٥٠	٢,٦٢٣	**٠,٠٠٠	١
	١٤,٣	٤٥,٢	٤٠,٥					
الاختيار	٧	٢٤	١١	٢	٠,٥٠	٢,١٠٨	**٠,٠٠٠	٢
	١٧,١	٥٨,٥	٢٦,٢					
الاطلاع على عروض الأسعار	٧	٢٢	١٣	٢	٠,٥٠	٢,١٦٠	**٠,٠٠٠	٣
	١٦,٧	٥٢,٤	٣١,٠					
الإضافة إلى ملف الاختيارات	٢٠	١٦	٦	٢	٠,٥٠	٣,٠٨٦	**٠,٠٠٠	٤
	٤٧,٦	٣٨,١	١٤,٣					
ملء بيانات العضوية للحصول على خصم	٢٨	٩	٥	١	٠,٥٠	٤,٣٢٠	**٠,٠٠٠	١١
	٦٦,٧	٢١,٤	١١,٩					
تعديل الكمية أو النوعية	٢٣	١٦	٣	١	٠,٥٠	٣,٥٤٩	**٠,٠٠٠	٧
	٥٤,٨	٣٨,١	٧,١					
تحديد دولة الشحن	٢٤	١٠	٨	١	٠,٥٠	٣,٧٠٣	**٠,٠٠٠	٩
	٥٧,١	٢٣,٨	١٩,٠					
كشف حساب بمعرفة السعر النهائي شاملاً تكاليف الشحن الاختيارات	٢٦	٧	٨	١	٠,٥٠	٤,٠٦١	**٠,٠٠٠	١٠
	٦٣,٤	١٧,١	١٩,٥					
اختيار وسيلة الدفع عن طريق بطاقة الائتمان أو شيك أو حوالة	٢٠	١٠	١٢	٢	١	٣,٠٨٦	**٠,٠٠٠	٥
	٤٧,٦	٢٣,٨	٢٨,٦					

تابع الجدول رقم (٤ - ٢)

العبـــــــارة	أبداً (١)	أحياناً (٢)	دائماً (٣)	الوسيط	نصف المدى الربعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
ملء بيانات الشحن تفصيلياً إلى (الجهة التي سترسل إليها ورقم الهاتف) ثم الضغط على أمر إرسال.	٢٣	٩	١٠	١	٠,٥٠	٣,٥٤٩	**٠,٠٠٠	٨
	٥٤,٨	٢١,٤	٢٣,٨					
الانتقال إلى الموقع الآمن لإدخال بيانات بطاقة الائتمان (بيانات المشتري والسلعة وسعرها).	٢٨	٦	٨	١	٠,٥٠	٤,٣٢٠	**٠,٠٠٠	١٢
	٦٦,٧	١٤,٣	١٩,٠					
استلام إشعار من الناشر بقبول عملية الشراء.	٢١	٩	١٢	١,٥	١	٣,٢٤٠	**٠,٠٠٠	٦
	٥٠,٠	٢١,٤	٢٨,٦					

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤ - ٢) أن اختبار كولموجروف - سميرنوف دال إحصائياً لجميع العبارات (حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب P-Value أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا α= ٠,٠١)، مما يشير إلى وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في الاستجابة على (أبداً، أحياناً، دائماً) لكل عبارات هذا المحور، وبمعنى أدق أن الاختلافات في النسب الخاصة بالعينة (والموضحة في الجدول) هي نفسها الخاصة بالمجتمع مما يمكننا من تعميم النتائج (الخاصة بإجراءات الشراء المتبعة في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت) على مجتمع الدراسة (جميع مشرفي وموظفي قسم التزويد الذين يتعاملون مع الإنترنت في جميع مكتبات مدينة الرياض).

كما يتضح أنه من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) إجراءات الشراء المتبعة في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك بناءً على قيمة وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وبناءً على المنهجية المتبعة) كما يلي:

١ - جاء الإجراء الخاص بـ "البحث عن المواد المطلوبة" في الترتيب الأول من حيث درجة اتباع هذا الأجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٩) فرداً بنسبة (٤٥,٢٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٧) فرداً بنسبة (٤٠,٥٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٤٥,٢٪+ ٤٠,٥٪= ٨٥,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٢ - جاء الإجراء الخاص بـ "الاختيار" في الترتيب الثاني من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٢٤) فرداً بنسبة (٥٨,٥٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١١) فرداً بنسبة (٢٦,٢٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٢٦,٢٪+ ٥٨,٥٪= ٨٤,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٣ - جاء الإجراء الخاص بـ "الاطلاع على عروض الأسعار" في الترتيب الثالث من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٢٢) فرداً بنسبة (٥٢,٤٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٣) فرداً بنسبة (٣١,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٣١,٠٪+ ٥٢,٤٪= ٨٣,٤٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ - جاء الإجراء الخاص بـ "الإضافة إلى ملف الاختيارات" في الترتيب الرابع من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٤,٣٪+ ٣٨,١٪= ٥٢,٤٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٥ - جاء الإجراء الخاص بـ "اختيار وسيلة الدفع عن طريق بطاقة الائتمان أو شيك أو حوالة" في الترتيب الخامس من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي

(١ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٠) أفراد بنسبة (٢٣,٨٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٢) فرداً بنسبة (٢٨,٦٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة اتباع استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٢٨,٦٪+ ٢٣,٨٪= ٥٢,٤٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٦ - جاء الإجراء الخاص بـ "استلام إشعار من الناشر بقبول عملية الشراء" في الترتيب السادس من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١,٥ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي (١ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٩) أفراد بنسبة (٢١,٤٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٢) فرداً بنسبة (٢٨,٦٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٢٨,٦٪+ ٢١,٤٪= ٥٠,٠٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٧ - جاء الإجراء الخاص بـ"تعديل الكمية أو النوعية" في الترتيب السابع من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٣) أفراد بنسبة (٧,١٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً

أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٧,١٪+ ٣٨,١٪= ٤٥,٢٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٨ - جاء الإجراء الخاص بـ "ملء بيانات الشحن تفصيلياً إلى (الجهة التي سترسل إليها ورقم الهاتف) ثم الضغط على أمر إرسال" في الترتيب الثامن من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٩) أفراد بنسبة (٢١,٨٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٠) أفراد بنسبة (٢٣,٨٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (٢٣,٨٪+ ٢١,٤٪= ٤٥,٢٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٩ - جاء الإجراء الخاص بـ "تحديد دولة الشحن" في الترتيب التاسع من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٠) أفراد بنسبة (٢٣,٨٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٨) أفراد بنسبة (١٩,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٩,٠٪+ ٢٣,٨٪= ٤٢,٨٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

١٠ - جاء الإجراء الخاص بـ"كشف حساب بمعرفة السعر النهائي شاملاً تكاليف الشحن" في الترتيب العاشر من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٧) أفراد بنسبة (١٧,١٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٨) أفراد بنسبة (١٩,٥٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٩,٥٪+ ١٧,١٪= ٣٦,٦٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

١١ - جاء الإجراء الخاص بـ"ملء بيانات العضوية للحصول على خصم" في الترتيب الحادي عشر من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٩) أفراد بنسبة (٢١,٤٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٥) أفراد بنسبة (١١,٩٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١١,٩٪+ ٢١,٤٪= ٣٣,٣٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

١٢ - جاء الإجراء الخاص بـ"الانتقال إلى الموقع الآمن لإدخال بيانات بطاقة الائتمان، بيانات المشتري والسلعة وسعرها" في الترتيب الثاني عشر الأخير

من حيث درجة اتباع هذا الإجراء، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة اتباع هذا الإجراء (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٨) أفراد بنسبة (١٩,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٩,٠٪+ ١٤,٣٪= ٣٣,٣٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

ويمكن أن يُستنتج مما سبق أن إجراءات الشراء المتبعة في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، هي (من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة) كما يلي:

١ - البحث عن المواد المطلوبة.

٢ - الاختيار.

٣ - الاطلاع على عروض الأسعار.

٤ - الإضافة إلى ملف الاختيارات.

٥ - اختيار وسيلة الدفع عن طريق بطاقة الائتمان أو شيك أو حوالة.

٦ - استلام إشعار من الناشر بقبول عملية الشراء.

٧ - تعديل الكمية أو النوعية.

٨ - ملء بيانات الشحن تفصيلياً إلى (الجهة التي سترسل إليها ورقم الهاتف) ثم الضغط على أمر إرسال.

٩ - تحديد دولة الشحن.

١٠ - كشف حساب بمعرفة السعر النهائي شاملاً تكاليف الشحن.

١١ - ملء بيانات العضوية للحصول على خصم.

١٢ - الانتقال إلى الموقع الآمن لإدخال بيانات بطاقة الائتمان (بيانات المشتري والسلعة وسعرها.

٤ - ١ - ٤: طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

يتناول هذا الجزء آراء أفراد الدراسة في المكتبات المختارة واستجاباتهم نحو طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك من خلال الجدول رقم (٤-٣):

الجدول رقم (٤ - ٣)

استجابات أفراد الدراسة نحو طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

طرق البيع المتاحة	أبداً (١)	أحياناً (٢)	دائماً (٣)	الوسيط	نصف المدى الربعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
البطاقة الائتمانية	٢٠	١٤	٨	٢	٠,٥٠	٣,٠٨٦	**٠,٠٠٠	٢
	٤٧,٦	٣٣,٣	١٩,٠					
الدفع المباشر	٢٢	١٣	٧	١	٠,٥٠	٣,٣٩٥	**٠,٠٠٠	٣
	٥٢,٤	٣١,٠	١٦,٧					
الحوالة أو الشيك	١	٦	٣٥	٣	٠,٢٥	٥,٤٠٩	**٠,٠٠٠	١
	٢,٤	١٤,٣	٨٣,٣					

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤- ٣) أن اختبار كولموجروف - سميرنوف دال إحصائيًا لجميع العبارات (حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب P-Value أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا a = ٠,٠١)، مما يشير إلى وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في الاستجابة على (أبداً، أحياناً، دائماً) لكل عبارات هذا المحور، وبمعنى أدق أن الاختلافات في النسب الخاصة بالعينة (والموضحة في الجدول) هي نفسها الخاصة بالمجتمع مما يمكننا من تعميم النتائج (الخاصة بطرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت) على مجتمع الدراسة (جميع مشرفي وموظفي قسم التزويد الذين يتعاملون مع الإنترنت في جميع مكتبات مدينة الرياض).

كما يتضح أنه من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ، وذلك بناءً على قيمة وسيط درجة إتاحة هذه الطريقة (من وجهة نظر أفراد الدراسة، وبناءً على المنهجية المتبعة) كما يلي:

١ - جاءت طريقة "الحوالة أو الشيكات" في الترتيب الأول من حيث درجة إتاحة هذه الطريقة في الموقع ، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة حيث بلغ وسيط درجة إتاحة هذه الطريقة (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٢٥ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٣٥) فرداً بنسبة (٨٣,٣٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٤,٣٪+ ٨٣,٣٪= ٩٧,٦٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٢ - جاءت طريقة "البطاقة الائتمانية" في الترتيب الثاني من حيث درجة إتاحة هذه الطريقة في الموقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة إتاحة هذه الطريقة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٤) فرداً بنسبة (٣٣,٣٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٨) أفراد بنسبة (١٩,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٩,٠٪ + ٣٣,٣٪= ٥٢,٣٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٣ - جاءت طريقة "الدفع لمباشر" في الترتيب الثالث من حيث درجة إتاحة هذه الطريقة في الموقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة إتاحة هذه الطريقة (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٣) فرداً بنسبة (٣١,٠٪)، وعدد من أجاب بدائماً على هذه العبارة (٧) أفراد بنسبة (١٦,٧٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا الإجراء هي (١٦,٧٪+ ٣١,٠٪= ٤٧,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

أما "الشيكات الإلكترونية" فإن أيّاً من العاملين في المكتبات المختارة لم يشر إلى استخدامها نهائياً.

٤ - ١ - ٥: طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

وللإجابة عن التساؤل الخاص بالتعرف إلى طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، قام الباحث بطرح ثلاثة أسئلة (تدور حول طرق الشراء) في الاستبانة الموجهة للمشرفين والموظفين في مكتبات مدينة الرياض المختارة على النحو التالي:

أولاً : هل لدى المكتبة حساب مصرفي خاص بأوامر الشراء أو اشتراك يتم بواسطة الإنترنت؟

يتضح من الجدول رقم (٤-٤) أن غالبية أفراد الدراسة (٣٩) فرداً من (٤٢)، أي بنسبة (٩٢,٩٪) من الإجمالي) قد أجابوا بـ "لا" عن هذا السؤال بمعنى أن غالبية المكتبات موضوع الدراسة ليس لديها حساب مصرفي خاص بأوامر الشراء أو اشتراك يتم بواسطة الإنترنت، في حين أجاب (٣) أفراد فقط بنسبة (٧,١٪) وهم مشرفو وموظفو "مكتبة جامعة نايف العربية" بـ "نعم"، بمعنى أن جميع المكتبات موضوع الدراسة ليس لديها حساب مصرفي خاص بأوامر الشراء أو اشتراك يتم بواسطة الإنترنت فيما عدا مكتبة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الجدول رقم (٤ - ٤)

آراء أفراد الدراسة نحو مدى وجود حساب مصرفي خاص بأوامر الشراء

أو اشتراك يتم بواسطة الإنترنت

هل يوجد حساب مصرفي	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
نعـــــم	٣	٧,١٪
لا	٣٩	٩٢,٩٪
المجمـــــوع	**٤٢**	١٠٠,٠٪

ثانياً: طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات المختارة التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤-٥) أنه من الممكن أن تتعامل المكتبات مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت بأكثر من طريقة للشراء، إلا أن أكثر طرق الشراء استخداماً من قبل مكتبات مدينة الرياض المختارة هي طريقة "الحوالة أو الشيكات" فقد وجد أن غالبية أفراد عينة الدراسة (٤٠) فرداً من (٤٢) أي بنسبة (٩٥,٢٪) (وبالتالي غالبية المكتبات موضوع الدراسة) يرون أن هذه الطريقة هي الأكثر استخداماً في الشراء من قبل المكتبات مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ، يليها طريقة "الدفع المباشر" إذ يرى (٢١) فرداً من (٤٢) أي بنسبة (٥٠,٠ ٪) من إجمالي أفراد الدراسة أن طريقة الشراء المستخدمة من قبل المكتبات هي هذه الطريقة، في حين يرى (٣) أفراد من (٤٢) بنسبة (٧,١٪) وهم من مكتبة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية أن من ضمن طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات طريقة

"البطاقة الائتمانية"، وقد تبين أن مكتبة "مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية" تقوم في بعض الأحيان باستخدام طريقة" المقايضة بإصدارات المركز" كطريقة أخرى مستخدمة من قبل المكتبة للشراء من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

الجدول رقم (٤ – ٥)

آراء أفراد الدراسة نحو طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبات المختارة التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

طرق الشراء	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
الحوالة أو الشيكات	٤٠	٩٥,٢٪
الدفع المباشر	٢١	٥٠,٠٪
البطاقة الائتمانية	٣	٧,١٪

* لاحظ أن مجموع أفراد الدراسة ليس (٤٢) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من طريقة للشراء في الوقت نفسه، أي أن الفرد من الممكن أن يختار أكثر من إجابة.

ثالثاً: الوسائل التي تستخدمها المكتبات المختارة لمتابعة أوامر وطلبات الشراء:

يتناول هذا الجزء آراء أفراد الدراسة واستجاباتهم نحو الوسائل التي تستخدمها المكتبات لمتابعة أوامر وطلبات الشراء مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك من خلال الجدول رقم (٤-٦):

الجدول رقم (٤ - ٦)

آراء واستجابات أفراد الدراسة نحو الوسائل التي تستخدمها المكتبات المختارة

لمتابعة أوامر و طلبات الشراء مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

الوسائل	أبداً (١)	أحياناً (٢)	دائماً (٣)	الوسيط	نصف المدى الربيعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
البريد الإلكتروني	١٣	١٣	١٦	٢	١	٢,٤٦٩	٠,٠٠٠**	٣
	٣١,٠	٣١,٠	٣٨,١					
استخدام استمارة ويب Web	٣٢	١٠	صفر	١	٠,١٢٥	٤,٩٣٨	٠,٠٠٠**	٥
	٧٦,٢	٢٣,٨	صفر					
الفاكس	٨	١٦	١٨	٢	٠,٥٠	٢,٧٧٧	٠,٠٠٠**	٢
	١٩,٠	٣٨,١	٤٢,٩					
الهاتف	٧	١٤	٢١	٢,٥	٠,٥٠	٣,٢٤٠	٠,٠٠٠**	١
	١٦,٧	٣٣,٣	٥٠,٠					
أخرى وكانت البريد العادي	٣٠	١٢	صفر	٢,٥	٠,٥٠	٣,٢٤٠	٠,٠٠٠**	٤
	٧١,٤	٢٨,٦	صفر					

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤ - ٦) أن اختبار كولموجروف - سميرنوف دال إحصائيًا لجميع العبارات (حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب P-Value أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا a= ٠,٠١)، مما يشير إلى وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في الاستجابة على (أبداً، أحياناً، دائماً) لكل عبارات هذا المحور، وبمعنى أدق أن الاختلافات في النسب الخاصة بالعينة (والموضحة في الجدول) هي نفسها الخاصة بالمجتمع مما يمكننا من تعميم النتائج (الخاصة بالوسائل التي تستخدمها

المكتبات المختارة لمتابعة أوامر وطلبات الشراء مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت) على مجتمع الدراسة (جميع مشرفي وموظفي أقسام التزويد الذين يتعاملون مع الإنترنت في جميع مكتبات مدينة الرياض).

كما يتضح أنه من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) الوسائل التي تستخدمها المكتبات لمتابعة أوامر وطلبات الشراء مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك بناءً على قيمة وسيط درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة (من وجهة نظر أفراد الدراسة) كما يلي:

١ - جاءت وسيلة "الهاتف" في الترتيب الأول من حيث درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة (٢,٥ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٤) فرداً بنسبة (٣٣,٣٪) ، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢١) فرداً بنسبة (٥٠,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذه الوسيلة هي (٣٣,٣٪+ ٥٠,٠٪= ٨٣,٣٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٢ - جاءت وسيلة "الفاكس" في الترتيب الثاني من حيث درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربيعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٨) فرداً بنسبة (٤٢,٩٪)،

وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذه الوسيلة هي (٣٨,١٪+ ٤٢,٩٪= ٨١,٠٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٣ - جاءت وسيلة "البريد الإلكتروني" في الترتيب الثالث من حيث درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة ، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة (٢ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (١ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٣) فرداً بنسبة (٣١,٠٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً، أو دائماً) لهذه الوسيلة هي (٣١,٠٪+ ٣٨,١٪= ٦٩,١٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ - جاءت وسيلة "البريد العادي" في الترتيب الرابع من حيث درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة (١,٥ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,٥ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٢) فرداً بنسبة (٢٨,٦٪)، ولم يجب أحد على هذه العبارة بدائماً بنسبة (صفر٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذه الوسيلة هي (٢٨,٦٪+ صفر٪= ٢٨,٦٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٥ - جاءت وسيلة "استخدام استمارة ويب Web" في الترتيب الخامس والأخير من حيث درجة استخدام المكتبات لهذه الوسيلة، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة استخدام المكتبة لهذه الوسيلة (١ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي بلغ (٠,١٢٥ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٠) أفراد بنسبة (٢٣,٨٪)، ولم يجب أحد عن هذه العبارة بِـ دائماً، بنسبة (صفر٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة بعض الشيء (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذه الوسيلة هي (٢٣,٨٪+ صفر٪= ٢٣,٨٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ - ١ - ٦: المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة عند التعامل مع مواقع الناشرين التجاريين العرب على الإنترنت:

يتناول هذا الجزء آراء أفراد الدراسة واستجاباتهم (المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة) نحو أهم المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع هذه المواقع ، وذلك من خلال الجدول رقم (٤-٧):

الجدول رقم (٤-٧)

استجابات أفراد الدراسة في المكتبات المختارة نحو أهم المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع مواقع الناشرين التجاريين

العبـــــارة	أبداً (١)	أحياناً (٢)	دائماً (٣)	الوسيط	نصف المدى الربعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
عـــدم ثبـــات عناوين المواقع على شبكة الإنترنت	٣	٩	٣٠	٣	٠,٢٥	٢,٥٥١	**٠,٠٠٠	١
	٧,١	٢١,٤	٧١,٤					
نقص البـيـانـات البليـوجـرافـيـة لأوعية المعلومات	٥	١٦	٢١	٣	٠,٥٠	١,٧٧٢	**٠,٠٠٤	٥
	١١,٩	٣٨,١	٥٠,٠					
عـدم الـتـحـديث المسـتـمـر لبيانات أوعية المعلومات	٥	١٦	٢١	٣	٠,٥٠	٢,٠٢٨	**٠,٠٠١	٦
	١١,٩	٣٨,١	٥٠,٠					
قلة تغطية الموضوعات	٥	١٩	١٨	٢,٥	٠,٥٠	١,٧٧٢	**٠,٠٠٤	٧
	١١,٩	٤٥,٢	٤٢,٩					
طول الإجــراءات المتــعـلقــة بعملية الشراء من المواقع	٣	١٥	٢٤	٣	٠,٥٠	١,٩٧٦	**٠,٠٠١	٢
	٧,٢	٣٥,٦	٥٧,٢					
عدم وجود حسـاب مصـرفي للمكتبة خاص بأوامر الشراء	٤	٧	٣١	٣	٠,٥٠	٢,٩١٢	**٠,٠٠٠	٣
	٩,٥	١٦,٧	٧٣,٨					
البطء في عــمليـــة الســـداد	٤	١٥	٢٣	٣	٠,٥٠	٢,٢٠٧	**٠,٠٠٠	٤
	٩,٥	٣٥,٧	٥٤,٨					
التـــأخـــر فـي إرســـال المواد المطلوبة	٦	١٥	٢١	٢,٥	٠,٥٠	٢,٠٢١	**٠,٠٠١	٨
	١٤,٣	٣٥,٧	٥٠,٠					

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤- ٧) أن اختبار كولموجروف - سميرنوف دال إحصائيًا لجميع العبارات (حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب P-Value أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا a= ٠,٠١)، مما يشير إلى وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في الاستجابة على (أبداً، أحياناً، دائماً) لكل عبارات هذا المحور، وبمعنى أدق أن الاختلافات في النسب الخاصة بالعينة (والموضحة في الجدول) هي نفسها الخاصة بالمجتمع مما يمكننا من تعميم النتائج (الخاصة بإجراءات الشراء المتبعة في مكتبات مدينة الرياض عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت) على مجتمع الدراسة (جميع مشرفي وموظفي قسم التزويد الذين يتعاملون مع الإنترنت في جميع مكتبات مدينة الرياض).

كما يتضح أنه من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وذلك بناءً على قيمة وسيط درجة تواجد هذا المعوق (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وبناء على المنهجية المتبعة) كما يلي:

١ - جاء المعوق الخاص بـ "عدم ثبات عناوين المواقع على الإنترنت" في الترتيب الأول من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٢٥ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٩) أفراد بنسبة (٢١,٤٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٣٠) فرداً بنسبة (٧١,٤٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة

الاستجابة كانت أحياناً، أو دائماً) لهذا المعوق هي (٢١,٤٪+ ٧١,٤٪= ٩٢,٨٪) من مجموع أفراد عينة الدراسة في المكتبات المختارة.

٢ - جاء العائق الخاص بـ "طول الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء من المواقع" في الترتيب الثاني من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٦٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢٤) فرداً بنسبة (٥٧,٢٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحيانًا أو دائماً) لهذا المعوق هي (٣٥,٦٪+ ٥٧,٢٪= ٩٢,٨٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٣ - جاء المعوق الخاص بـ "عدم وجود حساب مصرفي للمكتبة خاص بأوامر الشراء" في الترتيب الثالث من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (٧) أفراد بنسبة (١٦,٧٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٣١) فرداً بنسبة (٧٣,٨٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحيانًا أو دائماً) لهذا المعوق هي (١٦,٧٪+ ٧٣,٨٪= ٩٠,٥ ٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ -جاء المعوق الخاص بـ "البطء في عملية السداد " في الترتيب الرابع من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في

المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٣ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٧٪) ، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢٣) فرداً بنسبة (٥٤,٨٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحيانًا، أو دائماً) لهذا المعوق هي (٣٥,٧٪+ ٥٤,٨٪= ٩٠,٥٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٥ - جاء المعوق الخاص بـ "نقص البيانات الببليوجرافية لأوعية المعلومات" في الترتيب الخامس من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة) ، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪) ، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢١) فرداً بنسبة (٥٠,٠٪) ، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحيانًا، أو دائماً) لهذا المعوق هي (٣٨,١٪+ ٥٠,٠٪= ٨٨,١٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٦ - جاء المعوق الخاص بـ "عدم التحديث المستمر لبيانات أوعية المعلومات" في الترتيب السادس من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٣ درجات من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢١) فرداً

بنسبة (٥٠,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا المعوق هي (٣٨,١٪+ ٥٠,٠٪= ٨٨,١٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٧ - جاء المعوق الخاص بـ "قلة تغطية الموضوعات" في الترتيب السابع من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٢,٥ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٩) فرداً بنسبة (٤٥,٢٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (١٨) فرداً بنسبة (٤٢,٩٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحياناً، أو دائماً) لهذا المعوق هي (٤٥,٢٪+ ٤٢,٩٪= ٨٨,١٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٨ - جاء المعوق الخاص بـ "التأخر في إرسال المواد المطلوبة" في الترتيب الثامن من حيث درجة تواجد هذا المعوق، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة' حيث بلغ وسيط درجة وجود هذا المعوق (٢,٥ درجة من ٣ درجات) وقيمة نصف مدى ربيعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة) ، وكان عدد من أجاب بـ أحياناً على هذه العبارة (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٧٪)، وعدد من أجاب بـ دائماً على هذه العبارة (٢١) فرداً بنسبة (٥٠,٠٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة استجابة مرتفعة (درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً) لهذا المعوق هي (٣٥,٧٪+ ٥٠,٠٪= ٨٥,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ - ١ - ٧: هل يوجد في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت روابط لمواقع أخرى تتيح التنقل فيما بينها ؟

للإجابة عن هذا التساؤل البحثي قام الباحث بإدراج سؤال في الاستبانة بهذا الخصوص وموجه لأفراد الدراسة (مشرفي وموظفي المكتبات المختارة في مدينة الرياض)، وقد كانت الإجابة كما هي واضحة في الجدول رقم (٤-٨):

الجدول رقم (٤ - ٨)

توزيع أفراد الدراسة بحسب آرائهم نحو وجود روابط بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تتيح التنقل فيما بينها

هل يوجد في مواقع الناشرين العرب التجاريين روابط لمواقع أخرى	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
نعـــــم	١٦	٣٨,١٪
لا	٢٦	٦١,٩٪
المجمـــــوع	**٤٢**	١٠٠,٠٪

يتضح من الجدول رقم (٤-٨) أن (٢٦) فرداً بنسبة ٦١,٩٪ من إجمالي أفراد الدراسة (٤٢) فرداً في المكتبات المختارة يرون أنه لا توجد في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت روابط لمواقع أخرى تتيح التنقل فيما بينها، بينما يرى (١٦) فرداً بنسبة (٣٨,١٪) من إجمالي أفراد الدراسة أنه توجد في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت روابط لمواقع أخرى تتيح التنقل فيما بينها.

٤ - ١ - ٨: طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤-٩) أنه من الممكن أن توجد أكثر من طريقة للبحث في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ، إلا أن أكثر طرق البحث المتاحة تواجداً هي طريقة "البحث السريع (مؤلف / عنوان / كلمة مفتاحية)" فوجد أن غالبية أفراد الدراسة في المكتبات المختارة (٤١) فرداً من (٤٢) أي بنسبة (٩٧,٦٪) من الإجمالي (وبالتالي غالبية المكتبات المختارة في الدراسة) يرون أن هذه الطريقة هي الأكثر إتاحة لدى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، يليها طريقة "بحث متقدم (باستخدام الروابط البوليانية)" إذ يرى (١٣ فرداً من ٤٢ أي بنسبة ٣١,٠٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة إتاحة هذه الطريقة في المواقع، وأخيراً وجد (٣) أفراد من (٤٢) بنسبة (٧,٢٪) من إجمالي أفراد الدراسة يرون إتاحة طريقة أخرى وهي طريقة "البحث بالموضوع".

الجدول رقم (٤ - ٩)

آراء أفراد الدراسة نحو طرق البحث المتاحة

في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

طـرق البحث المتاحة	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
بحث سريع (مؤلف / عنوان / كلمة مفتاحية)	٤١	٩٧,٦٪
بحث متقدم (باستخدام الروابط البوليانية)	١٣	٣١,٠٪
أخرى وهي بحث بالموضوع	٣	٧,٢٪

* لاحظ أن مجموع أفراد الدراسة ليس (٤٢) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من طريقة للبحث في الوقت نفسه، أي أن الفرد من الممكن أن يختار أكثر من إجابة.

٤ - ١ - ٩: أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤-١٠) أنه من الممكن أن يوجد أكثر من محرك للبحث يستخدم في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، إلا أن أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هو محرك "Google" وجد أن غالبية أفراد الدراسة في المكتبات المختارة (٤٠) فرداً من (٤٢) بنسبة (٩٥,٢٪) من الإجمالي (وبالتالي غالبية العاملين في المكتبات المختارة بهذه الدراسة) يرون أن هذا المحرك هو الأشهر في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، يليه محرك "Yahoo" إذ يرى (٢٤) فرداً من (٤٢) بنسبة (٥٧,١٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أن هذا المحرك هو الأشهر في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، وأخيراً وجد (١٠) أفراد من (٤٢) بنسبة (٢٣,٨٪) من إجمالي أفراد الدراسة أن محرك "AltaVista" هو الأشهر في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

الجدول رقم (٤ - ١٠)

آراء أفراد الدراسة نحو أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

محركات البحث المستخدمة	عدد أفراد الدراسة (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
Google	٤٠	٩٥,٢٪
Yahoo	٢٤	٥٧,١٪
AltaVista	١٠	٢٣,٨٪

* لاحظ أن مجموع أفراد الدراسة ليس (٤٢) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من محرك للبحث في الوقت نفسه، أي أن الفرد من الممكن أن يختار أكثر من إجابة.

٤ - ١ - ١٠: مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها وعيوبها:

يتناول هذا الجزء آراء واستجابات أفراد الدراسة (المشرفين والموظفين في أقسام التزويد في مكتبات مدينة الرياض المختارة) نحو أهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها وعيوبها، وذلك من خلال الجدول رقم (٤-١١):

الجدول رقم (٤ - ١١)

آراء واستجابات أفراد الدراسة نحو أهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها وعيوبها

العبـــــارة	ضعيف (١)	جيد (٢)	ممتاز (٣)	الوسيط	نصف المدى الربيعي	قيمة إحصاء K-S	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	الترتيب وفقاً لدرجة الاستجابة
التحـديث	٢٨	١٣	١	١	٠,٥٠	٤,٣٢٠	**٠,٠٠٠	٧
	٦٦,٧	٣١,٠	٢,٤					
الثقة في التعامل	٢٠	٢١	١	٢	٠,٥٠	٣,٠٨٦	**٠,٠٠٠	٢
	٤٧,٦	٥٠,٠	٢,٤					
الشـموليـة مـن حيـث أنـواع أوعيـة المعلومـات	١٦	٢٣	٣	٢	٠,٥٠	٢,٧٧٧	**٠,٠٠٠	١
	٣٨,١	٥٤,٨	٧,١					
ثبـــات الـروابط الـدالة على الموقع	٢١	١٨	٣	١,٥	٠,٥٠	٣,٢٤٠	**٠,٠٠٠	٣
	٥٠,٠	٤٢,٩	٧,١					
قلة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء	٢٢	١٨	٢	١	٠,٥٠	٣,٣٩٥	**٠,٠٠٠	٥
	٥٢,٤	٤٢,٩	٤,٨					
الإحـالة إلى مواقـع أخـرى	٢٤	١٥	٣	١	٠,٥٠	٣,٧٠٣	**٠,٠٠٠	٦
	٥٧,١	٣٥,٧	٧,١					
لا تحتـاج إلـى اشتراك مادي	٢١	١٥	٦	١,٥	٠,٥٠	٣,٢٤٠	**٠,٠٠٠	٤
	٥٠,٠	٣٥,٧	١٤,٣					
الســرعـة في إرســال المـواد المطلوبـة	٢٨	١١	٣	١	٠,٥٠	٤,٣٢٠	**٠,٠٠٠	٨
	٦٦,٧	٢٦,٢	٧,١					

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤- ١١) أن اختبار كولموجروف - سميرنوف دال إحصائيًا لجميع العبارات (حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب P-Value أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا a= ٠,٠١)، مما يشير إلى وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في الاستجابة على (ضعيف، جيد، ممتاز) لكل عبارات هذا المحور. وبمعنى أدق أن الاختلافات في النسب الخاصة بالعينة (والموضحة في الجدول) هي نفسها الخاصة بالمجتمع مما يمكننا من تعميم النتائج (الخاصة بأهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها وعيوبها) على مجتمع الدراسة (جميع مشرفي وموظفي قسم التزويد الذين يتعاملون مع الإنترنت في جميع مكتبات مدينة الرياض).

كما يتضح أنه من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) أهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين فيما بينها، وذلك بناءً على قيمة وسيط درجة تقييم هذه المواقع (من وجهة نظر أفراد الدراسة، وبناءً على المنهجية المتبعة) كما يلي:

١ - جاءت العبارة الخاصة بـ "الشمولية من حيث أنواع أوعية المعلومات" في الترتيب الأول من حيث درجة التقييم لهذه المواقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (٢ درجة من ٣ درجات أي تقييم جيد) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (٢٣) فرداً بنسبة (٥٤,٨٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة (٣) أفراد بنسبة (٧,١٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد، أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٥٤,٨٪+ ٧,١٪= ٦١,٩٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٢ - جاءت العبارة الخاصة بـ"الثقة في التعامل" في الترتيب الثاني من حيث درجة التقييم لهذه المواقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (٢ درجة من ٣ درجات أي تقييم جيد) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ(٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (٢١) فرداً بنسبة (٥٠,٠٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة فرداً واحد بنسبة (٢,٤٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد، أو ممتاز) لهذه العبارة هي(٥٠,٠٪+ ٢,٤٪= ٥٢,٤٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٣ - جاءت العبارة الخاصة بـ "ثبات الروابط الدالة على الموقع" في الترتيب الثالث من حيث درجة التقييم لهذه المواقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (١,٥ درجة من ٣ درجات أي تقييم جيد تقريباً) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (١٨) فرداً بنسبة (٤٢,٩٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة (٣) أفراد بنسبة (٢,٤٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد، أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٤٢,٩٪+ ٧,١٪= ٥٠,٠٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٤ - جاءت العبارة الخاصة بـ "لا تحتاج إلى اشتراك مادي" في الترتيب الرابع من حيث درجة التقييم لهذه المواقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (١,٥ درجة من ٣ درجات أي تقييم جيد تقريباً) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (١٥)

فرداً بنسبة (٣٥,٧٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد، أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٣٥,٧٪+ ١٤,٣٪= ٥٠,٠٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٥ - جاءت العبارة الخاصة بـ "قلة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء" في الترتيب الخامس من حيث درجة التقييم لهذه المواقع ، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (١ درجة من ٣ درجات أي تقييم ضعيف) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (١٨) فرداً بنسبة (٤٢,٩٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة فردين بنسبة (٤,٨٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد، أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٤٢,٩٪+ ٤,٨٪= ٤٧,٧٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٦ - جاءت العبارة الخاصة بـ "الإحالة إلى مواقع أخرى" في الترتيب السادس من حيث درجة التقييم لهذه المواقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (١ درجة من ٣ درجات أي تقييم ضعيف) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٧٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة (٣) أفراد بنسبة (٧,١٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد، أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٣٥,٧٪+ ٧,١٪= ٤١,٨٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٧ - جاءت العبارة الخاصة بـ "التحديث" في الترتيب السابع من حيث درجة التقييم لهذه المواقع، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (١ درجة من ٣ درجات أي تقييم ضعيف) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (١٣) فرداً بنسبة (٣١,٠٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة فرداً واحد بنسبة (٢,٤٪)، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٣١,٠٪+ ٢,٤٪= ٣٣,٤٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

٨ - جاءت العبارة الخاصة بـ"السرعة في إرسال المواد المطلوبة" في الترتيب الثامن من حيث درجة التقييم لهذه المواقع ، وذلك من وجهة نظر أفراد الدراسة في المكتبات المختارة، حيث بلغ وسيط درجة التقييم لهذه العبارة (١ درجة من ٣ درجات أي تقييم ضعيف) وقيمة نصف مدى ربعي صغير بلغ (٠,٥٠ درجة)، وكان عدد من أجاب بـ جيد على هذه العبارة (١١) فرداً بنسبة (٢٦,٢٪)، وعدد من أجاب بـ ممتاز على هذه العبارة ثلاث أفراد بنسبة (٧,١٪) ، وبالتالي وجد أن نسبة الأفراد الذين أعطوا درجة تقييم مرتفعة (درجة التقييم كانت جيد أو ممتاز) لهذه العبارة هي (٢٦,٢٪+ ٧,١٪= ٣٣,٣٪) من مجموع أفراد الدراسة في المكتبات المختارة.

يتضح مما سبق أن أهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها (الحاصلة على تقدير جيد كمتوسط) هي على الترتيب (من وجهة نظر موظفي ومشرفي مكتبات مدينة الرياض المختارة):

١ – الشمولية من حيث أنواع أوعية المعلومات.

٢ – الثقة في التعامل.

٣ – ثبات الروابط الدالة على الموقع .

٤ – لا تحتاج إلى اشتراك مادي.

كما يتضح أن أهم عيوب مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فيما بينها (الحاصلة على تقدير ضعيف كمتوسط) هي على الترتيب (من وجهة نظر موظفي ومشرفي مكتبات مدينة الرياض) :

١ – البطء في إرسال المواد المطلوبة.

٢ – ضعف التحديث.

٣ – قلة الإحالات إلى مواقع أخرى.

٤ – كثرة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء.

٤ - ١ - ١١: الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت:

للإجابة عن هذا التساؤل قام الباحث باستخدام اختبار رتب إشارات المجموعات المتزاوجة لولكوكسن كما أوصى فهمي (**٢٠٠٥م، ٤٣٥**)، لدراسة الاختلافات (الفروقات) المعنوية بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت لكل معيار من المعايير التي سبق ذكرها في القسم السابق عند الحديث عن مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت على الإنترنت فيما بينها وعيوبها، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (٤-١٢):

الجدول رقم (٤ - ١٢)

نتائج اختبار رتب إشارات المجموعات المتزاوجة لولكوكسن

لدراسة الفروق بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

العبـــــارة	وسط التقييم لمواقع الناشرين العرب	وسط التقييم لمواقع الناشرين الأجانب	قيمة إحصاء ولكوكسن	قيمة مستوى الدلالة المحسوب P Value	صالح الفروق
التحـــديث	١ ضعيف	٣ ممتاز	- ٥,٥٦	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
الثقـة في التعـامـل	٢ جيـــد	٣ ممتاز	- ٥,٤٠	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
الشـمـولية مـن حيث أنـواع أوعيـة المعلومـات	٢ جيـــد	٣ ممتاز	- ٥,٣٤	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
ثبـات الـروابط الـدالـة على الموقع	١,٥ جيـــد	٣ ممتاز	- ٥,٣١	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
قلة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء	١ ضعيف	٣ ممتاز	- ٥,٢٣	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
الإحالة إلى مواقـع أخـرى	١ ضعيف	٣ ممتاز	- ٤,٨٨	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
لا تحتاج إلى اشتراك مادي	١,٥ جيـــد	٣ ممتاز	- ٤,٣٢	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب
السـرعة فـي إرسـال المـواد المطلوبة	١ ضعيف	٣ ممتاز	- ٥,٣٤	٠,٠٠٠**	الناشرين الأجانب

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٤- ١٢) أن هناك فروقاً معنوية بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت لجميع العبارات (حيث كانت قيم مستوى الدلالة المحسوب P-Value لجميع العبارات أقل من قيمة مستوى المعنوية النظري الذي يفترضه الباحث مسبقاً وهو هنا a = ٠,٠١) ، كما تبين أن جميع الفروق كانت لصالح مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت.

يلاحظ الباحث من الجدول (٤ - ١٢) أن كل العبارات التي وضعت لتقييم مواقع الناشرين العرب والأجانب التجاريين على الإنترنت كانت كلها لصالح مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت حيث حصلت على درجة تقييم (ممتاز)، بينما حصلت مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت على درجة تقييم تتراوح بين (جيد) و (ضعيف).

٤ - ٢ : الجزء الثاني: تحليل المعايير

عرض وتحليل وتفسير نتائج المعايير التي طبقها الباحث على مواقع الناشرين العرب التجاريين من خلال شبكة الإنترنت.

محتويات الجزء الثاني (المعايير):

المعيار الأول: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين بحسب العمر الزمني مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار الثاني: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين بحسب عدد (حجم) الموضوعات مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار الثالث: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث الخدمات المقدمة في الموقع مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار الرابع: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث أنظمة البحث في الموقع مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار الخامس: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث وسيلة الاتصال بهم مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار السادس: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث اللغات المستخدمة مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار السابع: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث تكشيفها في محركات البحث والأدلة الموضوعية مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار الثامن: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث التحديث والصيانة مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار التاسع: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

المعيار العاشر: توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين من حيث طريقة الدفع مع المقارنة بمواقع الناشرين الأجانب التجاريين.

٤ - ٢ - ١: تمهيد:

قام الباحث في هذا الجزء بمتابعة مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت وكذلك بعض أهم مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت خلال فترة البحث (وهي الفترة من ١ / ٢ / ١٤٢٧ هـ إلى ١ / ٥ / ١٤٢٧هـ) وذلك عن طريق:

١ - البحث عن طريق محركات البحث المعروفة مثل:-Google , Yahoo , Al tavista , HotBot , Ayna , الردادي:

حيث كانت مصطلحات البحث التي استخدمت في الأدلة ومحركات البحث كالآتي: دار، الدار، مكتبة، المكتبة، الناشرون العرب، الناشرين العرب، الناشرون العرب التجاريون، الناشرين العرب التجاريين ، مواقع الناشرون العرب، مواقع الناشرين العرب، مواقع الناشرون العرب التجاريون، مواقع الناشرين العرب التجاريين والبحث بأسماء دور النشر العربية التجارية من خلال قوائمها مباشرة، كذلك تم الربط بين تلك المصطلحات والربط أيضاً مع مصطلحات أخرى مثل: للنشر، النشر: (دار للنشر)، (مكتبة للنشر).

٢ – متابعة قوائم الناشرين الورقية الصادرة عن دور النشر العربية التجارية حيث إن بعض تلك الدور يدرج عنوان موقعه الإلكتروني ضمنها.

٣ – البحث داخل الأوعية الصادرة عن دور النشر العربية التجارية، حيث إن بعض الدور يضع عنوان موقعه على الوعاء.

٤ – البحث داخل مواقع خصصت كأدلة للعديد من مواقع الناشرين العرب سواء كانوا تجاريين أو غير تجاريين.

وقد قام الباحث بمتابعة (١١٨) موقعاً للناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تمكن من الدخول إلى (٨٥) موقعاً منها، حيث تم متابعتها وتطبيق المعايير المحددة في هذه الدراسة عليها، فيما لم يتمكن الباحث من الدخول إلى (٣٣) موقعاً منها، نظراً لعدد من المعوقات التي صادفت الباحث أثناء محاولة الدخول إليها، حيث جاءت هذه المعوقات بالعبارات الآتية مرتبة هجائياً:

- الرابط خطأ.
- لا يمكن عرض الصفحة.
- مغلق من المزود.
- الموقع تحت الإنشاء.
- الموقع تحت التعديل.
- الوصول إلى هذه الصفحة غير مسموح به.

انظر قائمة بهذه المواقع في الملحق رقم (٢).

كما دخل الباحث على (٥) مواقع للناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، والتي تعد من أبرز المواقع الأجنبية من حيث تعامل المكتبات في الرياض معها وهي: موقعان للناشرين الأمريكيين التجاريين على الإنترنت، كالآتي:

Haworth Press

John Wiley

و (٣) مواقع للناشرين البريطانيين التجاريين على الإنترنت، كالآتي:

Blackwell Publishing

Rout ledge

Taylor Francis

وذلك من أجل إجراء مقارنة بينها وبين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت من حيث المعايير المحددة في هذه الدراسة، وقد تم اختيار هذه المواقع لعدة أسباب منها:

١ - كثرة تعاملها من دور النشر والمكتبات السعودية.

٢ - لأنها من أكثر دور النشر التجارية شهرة عالمياً.

٣ - يضاف إلى ذلك عراقتها في الإنشاء.

والجدول رقم (٤-١٣) يبين توزيع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (الذين تبينوا للباحث أثناء فترة البحث وكانوا موضع الدراسة والمتابعة) بحسب الاسم والموقع الإلكتروني والدولة وتاريخ إنشاء الدار وتاريخ تأسيس الموقع على الإنترنت، كما يبين الجدول رقم (٤ - ١٤) توزيع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (الذين تم اختيارهم بناءً على الأسباب السابقة من اجل إجراء المقارنة) بحسب الاسم والموقع الإلكتروني والدولة وتاريخ إنشاء الدار وتاريخ تأسيس الموقع على الإنترنت:

الجدول رقم (٤ - ١٣)

توزيع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت بحسب الاسم والموقع الإلكتروني والدولة وتاريخ إنشاء الدار وتاريخ تأسيس الموقع

م	اسم الناشر	موقع الناشر	الدولة	تاريخ إنشاء الدار	تاريخ تأسيس الموقع	عدد الموضوعات
١	مكتبة الرشد	www.rushd.com	السعودية	١٩٧٩م	٢٠٠٢م	٣٧
٢	مدار الوطن	www.madar-alwatan.com	السعودية	١٩٨٨م	غير مذكور	٥
٣	دار عالم الكتاب	www.alamalkutub.com	السعودية	١٩٥٩م	غير مذكور	١٢
٤	دار الطرفين	www.tarafen.com	السعودية	غير مذكور	غير مذكور	غير مذكور
٥	دار المسلم	www.dar-almuslim.com	السعودية	١٩٩٠م	غير مذكور	٢٧
٦	دار طويق	www.dartwaiq.com	السعودية	١٩٨٩م	غير مذكور	١٥
٧	مكتبة الكتاب العربي	www.arab-book.colm	السعودية	غير مذكور	٢٠٠٤م	غير مذكور
٨	دار الصولتية للتربية	www.sawlatia.com	السعودية	١٩٩٣م	٢٠٠٣م	غير مذكور
٩	دار أطلس الخضراء	www.dar-atlas.com	السعودية	١٩٩٦م	٢٠٠١م	غير مذكور
١٠	دار المحدث	www.dar-almohadith.com	السعودية	غير مذكور	٢٠٠٥م	٥
١١	مكتبة العبيكان	www.obikanbooksshopes.com	السعودية	غير مذكور	٢٠٠٤م	١٠
١٢	دار القاسم	www.dar-alqassem.com	السعودية	غير مذكور	٢٠٠٤م	١٠
١٣	دار ابن الجوزي	www.dar-aljawzi.com	السعودية	١٩٩٧م	غير مذكور	٨
١٤	الدار السعودية للنشر	www.spdh-sa.com	السعودية	١٩٦٦م	غير مذكور	٩
١٥	دار المنهاج	www.alminhag.com	السعودية	١٩٩٥م	غير مذكور	٩
١٦	دار المفردات	www.almufradat.com	السعودية	١٩٩٣م	٢٠٠٤م	٦
١٧	شعاع للنشر والعلوم	www.raypub.com/catalog	سوريا	١٩٩٩م	١٩٩٩م	غير مذكور
١٨	الأوائل للنشر والتوزيع	www.daralawael.com	سوريا	١٩٩٩م	٢٠٠٣م	٣١
١٩	دار الفكر	www.fiker.com	سوريا	١٩٧٥م	غير مذكور	غير مذكور
٢٠	دار البراق	www.bouraque.com	سوريا	غير مذكور	غير مذكور	غير مذكور
٢١	دار القلم	www.alkalam.com	سوريا	١٩٦٧م	٢٠٠٢م	غير مذكور
٢٢	دار قتيبة	www.kotaiba.com	سوريا	١٩٧٨م	غير مذكور	٩
٢٣	دار الرضا	www.redapress.com	سوريا	١٩٩٩م	٢٠٠٥م	١٧
٢٤	دار المدى	www.almadahouse.com	سوريا	١٩٩٤م	٢٠٠٢م	غير مذكور

م	اسم الناشر	موقع الناشر	الدولة	تاريخ إنشاء الدار	تاريخ تأسيس الموقع	عدد الموضوعات
٢٥	دار البشائر	www.daralbashaer.com	سوريا	غير مذكور	غير مذكور	٧
٢٦	دار ربيع	www.rabie.pub.com	سوريا	١٩٥٠م	٢٠٠١م	١٢
٢٧	دار القلم العربي	www.qalamarbi.com	سوريا	غير مذكور	غير مذكور	٩
٢٨	دار العلم للملايين	www.malayin.com	لبنان	١٩٤٥م	٢٠٠١م	٢٩
٢٩	مؤسسة الرسالة	www.resalah.com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٢م	٣٢
٣٠	مكتبة السراج المنير	www.assiraj.bilond.com	لبنان	١٩٨٧م	٢٠٠٠م	غير مذكور
٣١	مكتبة سحاب	www.sahab.org	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٢م	١٢
٣٢	دار الهادي	www.darelhadi.com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٥م	٣٠
٣٣	الدار العربية للموسوعات	www.arabenhouse.com	لبنان	١٩٩٧م	٢٠٠٤م	١٦
٣٤	مؤسسة الانتشار العربي	www.olimtisharakshkoul.cop	لبنان	١٩٩٧م	٢٠٠٢م	١٢
٣٥	دار الوراق	www.daralwarrak.com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٣م	١٢
٣٦	دار القلم	www.alkalam.com	لبنان	١٩٣٨م	غير مذكور	٨
٣٧	دار المحجة البيضاء	www.daralmahaja.com	لبنان	غير مذكور	غير مذكور	غير مذكور
٣٨	الشركة العالمية للكتاب	www.arabook.com	لبنان	١٩٢٦م	٢٠٠٢م	٢١
٣٩	دار الفكر	www.darelfiker.com	لبنان	١٩٦٣م	غير مذكور	٢٦
٤٠	دار صادر	www.readzon.com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٢م	٩
٤١	دار المسيرة	www.daralmassira.com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٤م	١٢
٤٢	دار الحدائق	www.alhaekgrop.com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠٥م	٧
٤٣	دار النفائس	www.alnafaes.com	لبنان	١٩٧٠م	غير مذكور	١٣
٤٤	دار ومكتبة الهلال	www.darelhilal.com	لبنان	١٩٦٤م	غير مذكور	غير مذكور
٤٥	دار الجيل	www.daraljil.com	لبنان	١٩٧١م	٢٠٠٤م	غير مذكور
٤٦	دار المؤلف	www.daralmoualef..com	لبنان	غير مذكور	٢٠٠١م	١٤
٤٧	دار الكتب العالمية	www.al-ilmiyah.com	لبنان	١٩٧١م	غير مذكور	غير مذكور
٤٨	دار العلوم للتحقيق	www.daraloloum.com	لبنان	١٩٨٤م	١٩٩٩م	غير مذكور
٤٩	دار المعرفة	www.marefah.com	لبنان	١٩٦٩م	غير مذكور	غير مذكور
٥٠	هلا للنشر	www.halapuldishing.com	مصر	١٩٩٤م	٢٠٠٤م	غير مذكور
٥١	در النشر والتوزيع الإسلامية	www.daralislamia.com	مصر	١٩٤٣م	غير مذكور	١٩
٥٢	الدار المصرية اللبنانية	www.almasriah.com	مصر	١٩٨٥م	غير مذكور	١٢
٥٣	دار السلام	www.dar-alsalam.com	مصر	١٩٧٣م	٢٠٠٢م	غير مذكور

م	اسم الناشر	موقع الناشر	الدولة	تاريخ إنشاء الدار	تاريخ تأسيس الموقع	عدد الموضوعات
٥٤	مؤسسة الفلاح	www.falahonline.info	مصـــــر	١٩٦٦م	غير مذكور	غير مذكور
٥٥	مكتبات نت	www.ipisegypt.com	مصـــــر	١٩٦٩م	٢٠٠٠م	٨
٥٦	إلياس العصرية	www.eliaspublishing.com	مصـــــر	١٩٣٣م	٢٠٠٥م	غير مذكور
٥٧	دار الشروق	www.shorouk.com	مصـــــر	١٩٦٨م	غير مذكور	غير مذكور
٥٨	دار الفجر	www.daralfajr.20fv.com	مصـــــر	١٩٩٣م	غير مذكور	غير مذكور
٥٩	مكتبة ابن سينا	www.ibnsina-eg.com	مصـــــر	غير مذكور	غير مذكور	١٥
٦٠	مكتبة الأنجلو المصرية	www.anglo-egyption.com	مصـــــر	١٩٨٢م	٢٠٠٥م	٤٠
٦١	الحضارة للنشر	www.alhadara.com	مصـــــر	١٩٨٨م	٢٠٠٠م	١٤
٦٢	هنداوي للنشر	www.hindawi.com	مصـــــر	١٩٩٧م	٢٠٠٥م	غير مذكور
٦٣	دار البستاني	www.boustangs.com	مصـــــر	١٩٠٠م	غير مذكور	٣٠
٦٤	دار السحاب	www.elsahab.com	مصـــــر	١٩٩٩م	غير مذكور	غير مذكور
٦٥	عالم الكتاب	www.alamalkotob.com	مصـــــر	١٩٥٩م	غير مذكور	١٠
٦٦	دار أجيال المستقبل	www.agyal.com	مصـــــر	غير مذكور	٢٠٠٤م	٢٤
٦٧	الدار العالمية	www.agyal.com	مصـــــر	١٩٨٠م	غير مذكور	غير مذكور
٦٨	مكتبة مدبولي	www.modboulybooks.com	مصـــــر	غير مذكور	غير مذكور	٢٨
٦٩	دار البراء	www.egyptbooks.net	مصـــــر	غير مذكور	غير مذكور	١٧
٧٠	دار الحديث	www.daralhadith.com	مصـــــر	١٩٧٨م	غير مذكور	١٧
٧١	دار الفاروق	www.daralfarouk.com.eg	مصـــــر	غير مذكور	غير مذكور	غير مذكور
٧٢	الدار الحديثة	www.rhouse-egypt.com	مصـــــر	١٩٨٦م	غير مذكور	غير مذكور
٧٣	دار الفكر العربي	www.darelfifrelarabi.com	مصـــــر	١٩٦٤م	غير مذكور	٢١
٧٤	دار الكتاب المصري	www.daralkitabalmasri.com	مصـــــر	غير مذكور	٢٠٠٦م	١٤
٧٥	دار الشروق	www.shorok.com	الأردن	١٩٧٩م	غير مذكور	غير مذكور
٧٦	دار السلوى	www.alsalwael.com	الأردن	١٩٩٥م	غير مذكور	غير مذكور
٧٧	دار وائل	www.darwael.com	الأردن	١٩٩٦م	غير مذكور	٢٠
٧٨	بيت الأفكار الدولية	www.afkar.com	الأردن	١٩٩٢م	غير مذكور	١٧
٧٩	دار اليازوري	www.yazori.com	الأردن	غير مذكور	غير مذكور	١٨
٨٠	دار الثقافة	www.daralthaqafa.com	الأردن	١٩٨٤م	٢٠٠٤م	١٨
٨١	دار جرير	www.darjareer.com	الأردن	غير مذكور	٢٠٠٥م	٨
٨٢	دار مجدلاوي	www.majdalawibooks.com	الأردن	١٩٨٢م	غير مذكور	غير مذكور
٨٣	عالم الكتب الحديثة	www.almalktob.com	الأردن	٢٠٠٠م	غير مذكور	غير مذكور
٨٤	دار المسيرة	www.massira.jo	الأردن	١٩٩٥م	٢٠٠٥م	١٢
٨٥	دار عالم الثقافة	www.alamthaqafa.com	الأردن	١٩٩٤م	٢٠٠٤م	١١

الجدول رقم (٤ - ١٤)

توزيع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت بحسب الاسم

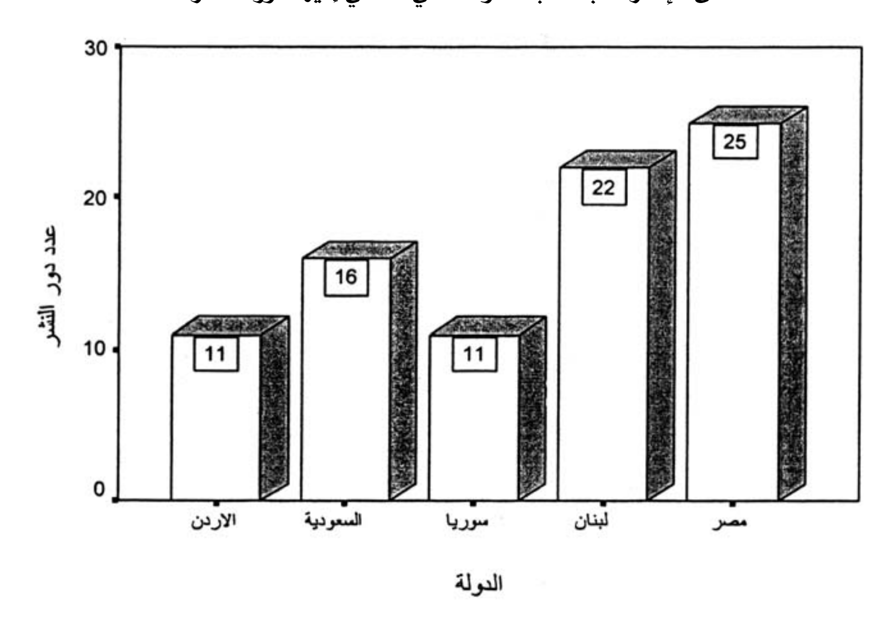
والموقع الإلكتروني والدولة وتاريخ إنشاء الدار وتاريخ تأسيس الموقع

م	اسم الناشر	موقع الناشر	الدولة	تاريخ إنشاء الدار	تاريخ تأسيس الموقع	عدد الموضوعات
١	Blackwell Publishing	www.BlackwellPublishing.com	بريطانيا	١٩٢٦م	٢٠٠١م	٢١
٢	Haworth Press	www.HaworthPress.com	أمريكا	١٩٧٨م	غير مذكور	٧٠
٣	John Wiley	http://eu.wiley.com Wiley CDA/S ection/index.html	أمريكا	١٨٠٧م	٢٠٠٠م	١٥
٤	Routledge	http://www.routledge.com/	بريطانيا	غير مذكور	٢٠٠٠م	غير مذكور
٥	Taylor Francis	http://www.taylorandfrancisqroup.com/	بريطانيا	١٩٣٦م	٢٠٠٠م	غير مذكور

الشكل رقم (٤ - ١)

توزيع دور النشر العربية التجارية التي قام الباحث بمتابعتها

على الإنترنت بحسب الدولة التي تنتمي إليها دور النشر



يتضح من الشكل رقم (٤ - ١) المعبر عن الجدول السابق رقم (٤ - ١٣) أن الدولة التي بها أكثر عدد لمواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت هي "مصر"، إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين فيها (٢٥) موقعاً للنشر بنسبة (٢٩,٤٪) من إجمالي مواقع النشر الداخلة في الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (٨٥) موقعاً للناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، يليها "لبنان" إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت فيها (٢٢) موقعاً للنشر بنسبة (٢٥,٤٪) من إجمالي مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت (٨٥)، ثم تأتي "السعودية" في المرتبة الثالثة إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت فيها (١٦) موقعاً للنشر بنسبة (١٨,٨٪) من إجمالي مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت (٨٥)، وأخيراً تأتي "سوريا"، و "الأردن" إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت في كل واحدة على حدة (١١) موقعاً للنشر بنسبة (١٢,٩٪) لكلٍّ منهما من إجمالي مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت الخمس والثمانين موقعاً.

وقد قام الباحث بإعداد أحد عشر معياراً لمحاولة إعطاء صورة أكثر وضوحاً عن مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، حيث قام الباحث بالمقارنة بين أبرز المعايير في تلك الدراسات واختيار أنسبها لهذه الدراسة بحيث تخدم أهداف الدراسة من حيث التعرف إلى أبرز مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، والتعرف إلى الخدمات المقدمة وطرق البحث المتاحة عبر هذه المواقع، والتعرف إلى طرق الاتصال بأقسام التزويد في المكتبات، والتعرف أيضاً إلى كيفية بناء وتصميم تلك المواقع، واللغات المستخدمة فيها، وإمكانية تكشيفها في محركات البحث المشهورة، والمعلومات المقدمة عن أوعية المعلومات في هذه المواقع، والطرق المالية التي تتيحها هذه

المواقع عند التعامل معها بالإضافة إلى التعرف إلى مميزات هذه المواقع وعيوبها من خلال المقارنة مع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، وذلك كالآتي:

٤ - ٢ - ٢: المعيار الأول: العمر الزمني لمواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

تبين من الجدول رقم (٤-١٣) أن أقدم دار للنشر ذُكر تاريخ إنشائها هي "دار البستاني" وتأسست في جمهورية مصر العربية عام ١٩٠٠م، بينما كانت أحدث دار للنشر ذُكر تاريخ إنشائها هي "عالم الكتب الحديثة" وتأسست في الأردن عام ٢٠٠٠م، ويجدر بالإشارة إلى أن هناك بعض مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت غير مذكور تاريخ إنشائها، ومثلت (٢٥) داراً للنشر بنسبة (٢٩,٤٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت الخمسة والثمانين.

ويتضح أيضاً من الجدول رقم (٤-١٣) أن أقدم دار للنشر ذُكر تاريخ تأسيسها لموقعها على الإنترنت هي "دار شعاع للنشر والتوزيع" من سوريا وكان ذلك في عام (١٩٩٩م)، و "دار العلوم للتحقيق" من لبنان، وكان ذلك في عام (١٩٩٩م) أيضاً، بينما كانت أحدث دار للنشر ذُكر تاريخ تأسيسها لموقعها على الإنترنت هي "دار الكتاب المصري" من مصر وكان ذلك في عام (٢٠٠٦م)، ويجدر بالإشارة إلى أن هناك بعض مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت كان غير مذكور تاريخ تأسيس مواقعها على الإنترنت ، ومثلت (٤٣) داراً للنشر بنسبة (٥٠,٦٪) من إجمالي مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت الخمسة والثمانين.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، فقد تبين أيضاً من خلال الجدول (٤-١٤) أن أقدم دار للنشر ذُكر تاريخ إنشائها هي

دار "John Wiley" وتأسست في الولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٨٠٧م، بينما كانت أحدث دار للنشر ذُكر تاريخ إنشائها هي "Taylor Francis" وتأسست في بريطانيا في عام ١٩٣٦م.

كما يتضح من خلال الجدول (٤-١٤) أن أقدم دار للنشر ذُكر تاريخ تأسيسها لموقعها على الإنترنت هن ثلاث دور جاءت في التاريخ نفسه "John Wiley " من الولايات المتحدة الأمريكية و "Routledge" و "Taylor Francis" الناشرين الأخيرين من بريطانيا، وكانت الدور الثلاث السابقة قد أسست مواقعها على الإنترنت في عام (٢٠٠٠م)، بينما كانت أحدث دار ذُكر تاريخ تأسيسها لموقعها على الإنترنت هي "Blackwell Publishing" من بريطانيا وكان ذلك في عام (٢٠٠١م)، وتجدر الإشارة إلى أن هناك موقعاً للناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت كان تاريخ تأسيسه على الإنترنت غير مذكور وهو "Haworth Press"، ومثلت موقعاً واحداً للنشر بنسبة (٢٠٪) من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت الخمسة.

يلاحظ الباحث أن هناك خللاً واضحاً لدى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت حيث يتمثل هذا القصور في أن (٢٥) موقعاً بنسبة (٢٩,٤٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة (٨٥) لم تذكر تاريخ إنشائها، وبالمقارنة مع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت فإن غالب هذه المواقع (٤) من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة (٥) قد ذُكرت تواريخ إنشائها بنسبة (٨٠٪) وهي نسبة جيدة جداً، كما أن تواريخ إنشاء المواقع الأجنبية هي تواريخ قديمة تمثل عراقة تاريخية وخبرة طويلة، حيث يفصل بين أقدم دار نشر أجنبية ودار نشر عربية (٩٣) عاماً المتمثل في تاريخ إنشاء دار نشر "John Wiley" التي

تأسست في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٨٠٧م، بينما كان تاريخ تأسيس أقدم دار نشر عربية هو عام ١٩٠٠م المتمثل في "دار البستاني" من مصر.

ويلاحظ الباحث مما تقدم عن هذا المعيار، بأن هناك خللاً واضحاً لدى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت إذ إن (٤٣) موقعاً للناشرين العرب التجاريين لم تذكر تاريخ تأسيس مواقعها على الإنترنت بنسبة (٥٠,٦٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (٨٥) موقعاً، وبالمقارنة مع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت فإن غالب هذه المواقع (٤) من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة (٥) قد ذكرت تاريخ تأسيس مواقعها على الإنترنت بنسبة (٨٠٪) وهي نسبة مرتفعة قياساً بمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

٤ - ٢ - ٣: المعيار الثاني: عدد (حجم) الموضوعات في مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

تبين للباحث من خلال استعراض هذه المواقع انظر الجدول رقم (٤-١٣) أن أكبر عدد موضوعات ذكر في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في موقع " مكتبة الأنجلو المصرية " من مصر، حيث كان عدد الموضوعات (٤٠) موضوعاً، فيما وجد أقل عدد من الموضوعات في موقعي "مدار الوطن" و "دار المحدث" وكلاهما من السعودية، حيث كان عدد الموضوعات (٥) موضوعات فقط.

ومن زاوية أخرى كان عدد مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت التي ذُكر فيها عدد الموضوعات (٥٤) موقعاً بنسبة (٦٣,٥٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (٨٥) موقعاً.

كما كان عدد مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت التي لم يذكر فيها عدد الموضوعات (٣١) موقعاً بنسبة (٣٦,٥٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (٨٥) موقعاً.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين من خلال الجدول (٤-١٤) أن أكبر عدد من الموضوعات ذكر في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت كان في موقع "Haworth Press" حيث كان عدد الموضوعات (٧٠) موضوعاً، ثم يليه موقع "Blackwell Publishing" حيث كان عدد الموضوعات (٢١) موضوعاً، ثم يأتي بعد ذلك موقع "John Wiley" حيث كان عدد الموضوعات (١٥) موضوعاً، وهي من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) مواقع تحت الدراسة.

ويلاحظ الباحث أن موقعي "Routledge" و "Taylor Francis" لم يذكر عدد الموضوعات على مواقعها.

ويلاحظ مما سبق أن أكثر عدد موضوعات ذكر في مجموع مواقع الناشرين الأجانب والعرب التجاريين على الإنترنت كان في موقع "Haworth Press" من الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كان عدد الموضوعات (٧٠) موضوعاً، فيما كان أكثر عدد موضوعات لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هو في موقع "مكتبة الأنجلو المصرية" من مصر، حيث كان عدد الموضوعات (٤٠) موضوعاً.

وكان أقل عدد موضوعات ذكر في مجموع مواقع الناشرين الأجانب والعرب التجاريين على الإنترنت كان في مواقع "John Wiley" من الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كان عدد الموضوعات (١٥) موضوعاً، فيما كان أقل

عدد من الموضوعات في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في موقعي "مدار الوطن" و "دار المحدث" وكلاهما من السعودية، حيث كان عدد الموضوعات (٥) فقط.

٤ - ٢ - ٤: المعيار الثالث: الخدمات المقدمة في مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

أولاً : خدمة البحث عن عناوين الكتب:

يتضح من الجدول رقم (٤-١٥) أنه توجد أكثر من طريقة للبحث في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، إلا أن أكثر طرق البحث المتاحة في تلك المواقع هي طريقة البحث "بالكلمة المفتاحية" إذ وجد أن (٦٤) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٧٥,٣٪) من إجمالي المواقع توجد بها خدمة البحث عن عناوين الكتب بالكلمة المفتاحية ، يليها طريقة "البحث بالعنوان" إذ توجد هذه الطريقة للبحث في (٦٣) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٧٤,١٪) من إجمالي المواقع، ثم تأتي طريقة "البحث بالمؤلف" إذ توجد هذه الطريقة للبحث في (٦٠) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٧٠,٦٪) من إجمالي المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين أن جميع المواقع تستخدم كل طرق البحث المتاحة (بالعنوان، بالمؤلف، وبالكلمة المفتاحية) عن عناوين الكتب وبنسبة (١٠٠٪).

ويلاحظ مما سبق أن هناك فرقاً (من حيث خدمة البحث عن عناوين الكتب) ما بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، حيث توفر جميع المواقع الأجنبية طرق البحث المذكورة في وقت واحد وبنسبة (١٠٠٪) بينما تتفاوت المواقع

العربية في توفيرها وبنسب مختلفة وإن كانت مرتفعة إلا أنه كان من الضروري توفيرها في جميع المواقع خصوصاً أن مثل هذه الطرق تمثل عناصر أساسية وتوفيرها يعد من أولويات تأسيس مواقع النشر مهما كان حجمه وغرضه.

الجدول رقم (٤ - ١٥)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث طرق البحث عن عناوين الكتب

طـرق البحث عن عناوين الكتب	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
بالكلمة المفتاحية	٦٤	٧٥,٣٪
بالعنـــوان	٦٣	٧٤,١٪
بالمؤلـف	٦٠	٧٠,٦٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من طريقة للبحث في الوقت نفسه، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من طريقة للبحث.

ثانياً: خدمات أخرى:

يتضح من الجدول رقم (٤-١٦ / أ) أن بعض مواقع الناشرين العرب التجاريين توفر خدمات (الإعلام الإلكتروني والنسخ الجزئي والاشتراك في الدوريات)، وفي الوقت ذاته يوجد مواقع أخرى للناشرين العرب لا توفر مثل هذه الخدمات وعلى هذا فإن أكثر المواقع لا توفر مثل هذه الخدمات الثلاث الآنفة الذكر مع أهميتها في مجال التزويد الإلكتروني، ووجد أن أكثر هذه الخدمات استخداماً في تلك المواقع هي خدمة "الإعلام الإلكتروني" إذ وجد أن (٢٠) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٢٣,٥٪) من إجمالي المواقع توجد بها هذه

الخدمة ، يليها خدمة "النسخ الجزئي" إذ توجد هذه الخدمة في (٩) مواقع من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (١٠,٦٪) من إجمالي المواقع، ثم تأتي خدمة "الاشتراك في الدوريات" إذ توجد هذه الخدمة في (٧) مواقع فقط من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٨,٢٪) من إجمالي المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين من الجدول رقم (٤-١٦ / ب) أن جميع المواقع تتيح كل الخدمات الآنفة الذكر إلا خدمة "النسخ الجزئي" إذ لا يوجد موقع يتيح هذه الخدمة.

ويلاحظ مما سبق أن هناك فرقاً واضحاً من حيث الخدمات ما بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، فبالنسبة لخدمة "الإعلام الإلكتروني" فإن مواقع الناشرين الأجانب التجاريين جميعها (٥) مواقع توفر هذه الخدمة بينما توفر مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ما نسبته (٢٣,٥٪) فقط من هذه الخدمة: "الإعلام الإلكتروني" ومع أهمية هذه الخدمة إلا أن توفرها في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت لا يلقى اهتماماً كبيراً، كما توفر جميع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) مواقع: خدمة "الاشتراك في الدوريات"، وفي المقابل فإن نسبة (٨,٢٪) فقط من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت توفر خدمة "الاشتراك في الدوريات"، ويلاحظ الفرق الواضح في تقديم هذه الخدمة بين المواقع الأجنبية والمواقع العربية، كما توفر بعض مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت خدمة "النسخ الجزئي" بنسبة (١٠,٦٪) حيث تعطي معلومات عامة عن وعاء المعلومات وليس صلب الموضوع أو النص الأصلي، بينما لا توفر جميع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) خدمة "النسخ الجزئي".

الجدول رقم (٤ - ١٦ / أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث الخدمات المقدمة في الموقع

الخدمات المقدمة في الموقع	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
الإعلام الإلكتروني	٢٠	٪٢٣,٥
النسخ الجزئي	٩	٪١٠,٦
الاشتراك في الدوريات	٧	٪٨,٢

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من خدمة في الوقت نفسه، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من خدمة أو لا يوجد به هذه الخدمات على الإطلاق.

الجدول رقم (٤ - ١٦ / ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث الخدمات المقدمة في الموقع

الخدمات المقدمة في الموقع	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
الإعلام الإلكتروني	٥	٪١٠٠
الاشتراك في الدوريات	٥	٪١٠٠
النسخ الجزئي	–	٪–

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من خدمة في الوقت نفسه، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من خدمة أو لا يوجد به هذه الخدمات على الإطلاق.

٤ - ٢ - ٥: المعيـار الرابع: أنظمـة البـحث في مـواقع النـاشـرين التـجـاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤- ١٧/ أ) أنه يوجد أكثر من نظام للبحث في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، إلا أن أكثر أنظمة البحث المتاحة في هذه المواقع هو نظام "البحث السريع بالكلمة" إذ وجد أن غالبية المواقع (٦٤) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي نسبة (٧٥,٣٪) من إجمالي المواقع يوجد بها هذا النظام في البحث، يليه نظام "البحث المتقدم بالمصطلحات" الذي يعد الأكثر فائدة للمستخدم خاصة المتخصص منهم، إذ يوجد هذا النظام من البحث في (٣٣) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٣٨,٣٪) من إجمالي المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين من الجدول رقم (٤- ١٧/ب) أن جميع المواقع بنسبة (١٠٠٪) يوجد بها نظام البحث السريع بالكلمة، بينما يوجد نظام البحث المتقدم بالمصطلحات في (٤) مواقع من (٥) مواقع تحت الدراسة أي بنسبة (٨٠٪).

ويلاحظ الباحث مما سبق أن هناك فرقاً واضحاً بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت من حيث طريقة "البحث السريع بالكلمة" حيث تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين هذه الطريقة في البحث بنسبة (٧٥,٣٪) بينما تقدم مواقع الناشرين الأجانب التجاريين هذه الطريقة في البحث بنسبة (١٠٠٪).

أما من حيث طريقة "البحث المتقدم بالمصطلحات" فهناك فرق يصل إلى أكثر من النصف بين مواقع الناشرين العرب التجاريين ومواقع الناشرين

الأجانب التجاريين، حيث تمثل نسبة المواقع العربية التي تتوفر فيها هذه الطريقة (٣٨,٣٪) بينما تمثل نسبة المواقع الأجنبية المتوفرة فيها هذه الطريقة (٨٠٪).

الجدول رقم (٤ - ١٧/ أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث أنظمة البحث في الموقع

أنظمة البحث في الموقع	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
البحث السريع بالكلمة	٦٤	٧٥,٣٪
البحث المتقدم بالمصطلحات	٣٣	٣٨,٨٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من نظام للبحث في الوقت نفسه، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من نظام للبحث.

الجدول رقم (٤ - ١٧/ ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث أنظمة البحث في الموقع

أنظمة البحث في الموقع	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
البحث السريع بالكلمة	٥	١٠٠٪
البحث المتقدم بالمصطلحات	٤	٨٠٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من نظام للبحث في الوقت نفسه، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من نظام للبحث.

٤ - ٢ - ٦: المعيار الخامس: وسائل الاتصال المتاحة من خلال مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤-١٨) أنه توجد أكثر من وسيلة للاتصال بمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، إلا أن أكثر وسيلة للاتصال متاحة في هذه المواقع هي وسيلة "البريد الإلكتروني"، إذ وجد أن غالبية المواقع (٨١) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٩٥,٣٪) من إجمالي المواقع توجد بها هذه الوسيلة للاتصال، يليها وسيلة "الفاكس" إذ توجد هذه الوسيلة للاتصال في (٧٧) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٩٠,٦٪) من إجمالي هذه المواقع، ثم تأتي وسيلة "البريد العادي" إذ توجد هذه الوسيلة للاتصال في (٧٦) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٨٩,٤٪) من إجمالي هذه المواقع، وأخيراً تأتي وسيلة "الهاتف" إذ توجد هذه الوسيلة للاتصال في (٧٥) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٨٨,٢٪) من إجمالي هذه المواقع، ويلاحظ الباحث أن هذه الوسائل متوفرة في مواقع الناشرين العرب على الإنترنت بنسب مرتفعة، وإن كانت لم تصل إلى (١٠٠٪) خصوصاً وأنها وسائل ميسرة ومن المهم توفرها في أي موقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين أن جميع تلك المواقع (٥) تتيح استخدام جميع وسائل الاتصال المذكورة في مواقعها بنسبة (١٠٠٪).

ويلاحظ الباحث مما تقدم أن الفرق بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، من حيث وسائل الاتصال فرق بسيط، وخصوصاً إذا علمنا أن المواقع الأجنبية تمتلك الخبرة والسبق أكثر من المواقع العربية.

الجدول رقم (٤ - ١٨)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث وسيلة الاتصال بهم

وسيلة الاتصال المباشر	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
البريد الإلكتروني الإلكتروني	٨١	٪٩٥,٣
الفاكس	٧٧	٪٩٠,٦
البريد العادي	٧٦	٪٨٩,٤
الهاتف	٧٥	٪٨٨,٢

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر من وسيلة للاتصال بالناشر في الوقت نفسه، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من وسيلة الاتصال.

٤ - ٢ - ٧: المعيار السادس: بناء وتنظيم مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤- ١٩/ أ) أنه يوجد أكثر من أسلوب لبناء الموقع وتنظيمه في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت وبنسب متفاوتة، إلا أن أكثر أسلوب متاحٍ في هذه المواقع هو أسلوب"الروابط"، إذ وجد أن (٢٧) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٣١,٨٪) من إجمالي هذه المواقع يوجد فيها هذا الأسلوب، يليه أسلوب "الصفحات المساعدة" إذ يوجد هذا الأسلوب في (٢٣) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٢٧,١٪) من إجمالي هذه المواقع، وأخيراً تأتي "الإعلانات" إذ توجد في (١٤) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (١٦,٥٪) من إجمالي هذه المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين التجاريين الأجانب على الإنترنت ، فقد تبين من الجدول رقم (٤- ١٩/ ب) أن جميع المواقع بنسبة (١٠٠٪) يوجد بها أسلوبا "الروابط" و "صفحات المساعدة"، بينما يوجد أسلوب "الإعلانات" يوجد في (٣) مواقع من (٥) مواقع تحت الدراسة أي بنسبة (٦٠٪).

ويلاحظ الباحث تدني توفر واستخدام هذه الأساليب مع أهميتها: الروابط، وصفحات المساعدة، والإعلانات، في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، حيث تمثل نسبة توفر "الروابط" (٣١,٨٪)، كما تمثل نسبة توفر "صفحات المساعدة" (٢٧,١٪)، وهي نسب متدنية نوعاً ما، أما أسلوب "الإعلانات" فإن نسبته توافره في هذه المواقع تصل إلى (١٦,٥٪)، وهذا التدني بطبيعة الحال يقلل من مدى الاستفادة من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، كما يقلل من إقبال المستفيدين عليها ومتابعتها مستقبلاً خصوصاً "صفحات المساعدة" التي تشكل منطلقاً مهماً في التعرف إلى الموقع وما يقدمه من خدمات، وطرق الاستفادة منه، وبعض المعلومات المهمة عن الموقع.

وفي المقابل يلاحظ الباحث توفر أسلوبي "الروابط" و "صفحات المساعدة" في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت بنسبة (١٠٠٪)، من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) مواقع.

أما أسلوب "الإعلانات" فانه يستخدم في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت بنسبة جيدة (٦٠٪) مما يعطيها تميزاً واضحاً في بنائها وتصميمها ويجتذب إليها المستفيدين لما تمثله من تكامل وتميز يساعد على متابعتها والاستفادة منها.

الجدول رقم (٤ - ١٩/ أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث بناء الموقع وتنظيمه

بناء الموقع وتنظيمه	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
الروابط	٢٧	٣١,٨٪
صفحات المساعدة	٢٣	٢٧,١٪
الإعلانات	١٤	١٦,٥٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن يوجد أكثر من أسلوب لبناء الموقع وتنظيمه في الوقت نفسه أو لا يوجد أي أسلوب ، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من أسلوب لبناء الموقع وتنظيمه أو لا يوجد أي أسلوب منهم.

الجدول رقم (٤ - ١٩/ ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث بناء الموقع وتنظيمه

بناء الموقع وتنظيمه	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
الروابط	٥	١٠٠٪
صفحات المساعدة	٥	١٠٠٪
الإعلانات	٣	٦٠٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن يوجد أكثر من أسلوب لبناء الموقع وتنظيمه في الوقت نفسه أو لا يوجد أي أسلوب ، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من أسلوب لبناء الموقع وتنظيمه أو لا يوجد أي أسلوب منهم.

٤ - ٢ - ٨: المعيار السابع: اللغات المستخدمة في مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤- ٢٠/ أ) أنه توجد أكثر من لغة مستخدمة بمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، إلا أن أكثر اللغات المتاحة في هذه المواقع هي اللغة "العربية" إذ توجد في (٨١) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٩٥,٣٪) من إجمالي هذه المواقع تستخدم اللغة العربية، يليها اللغة "الإنجليزية" إذ تستخدم هذه اللغة في (٢٧) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٣١,٨٪) من إجمالي هذه المواقع، وأخيراً تأتي اللغة "الفرنسية" إذ تستخدم هذه اللغة في موقعين فقط من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٢,٤٪) فقط من إجمالي هذه المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين من الجدول رقم (٤-٢٠/ ب) أن جميع المواقع بنسبة (١٠٠٪) يوجد بها اللغة "الإنجليزية"، بينما لا يوجد أي موقع يستخدم اللغة العربية أو أي لغة أخرى.

ويلاحظ الباحث مما تقدم أن مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تستخدم بالإضافة إلى اللغة العربية : اللغتين الإنجليزية والفرنسية بنسب متفاوتة، بينما تستخدم مواقع الناشرين الأجانب على الإنترنت في كل مواقعها (٥) مواقع اللغة الإنجليزية فقط.

الجدول رقم (٤ - ٢٠/ أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث اللغات المستخدمة في المواقع

اللغات المستخدمة	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
العربية	٨١	٩٥,٣٪
الإنجليزية	٢٧	٣١,٨٪
الفرنسية	٢	٢,٤٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن يوجد أكثر من لغة مستخدمة في الموقع في الوقت نفسه ، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من لغة مستخدمة.

الجدول رقم (٤ - ٢٠ / ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث اللغات المستخدمة في المواقع

اللغات المستخدمة	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
العربية	صفر	صفر٪
الإنجليزية	٥	١٠٠٪
الفرنسية	صفر	صفر٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن يوجد أكثر من لغة مستخدمة في الموقع في الوقت نفسه ، أي أن الموقع من الممكن أن يوجد به أكثر من لغة مستخدمة.

٤ - ٢ - ٩: المعيار الثامن: تكشيف مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت في محركات البحث والأدلة الموضوعية:

يتضح من الجدول رقم (٤- ٢١/ أ) أنه يوجد أكثر من محرك للبحث يستخدم في تكشيف مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، إلا أن أكثر المحركات التي تستخدم في التكشيف عن غالبية المواقع هما محرك "Google" ومحرك "AltaVista" إذ يوجد في هذه المحركات (٨٢) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٩٦,٥٪) من إجمالي المواقع لكل منهما على حدة، يليهما محرك "Yahoo" إذ يوجد في هذا المحرك (٨١) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٩٥,٣٪) من إجمالي المواقع ، ثم يأتي محرك "HotBot" إذ يوجد في هذا المحرك (٦) مواقع فقط من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٧,١٪) من إجمالي المواقع، وأخيراً يأتي محرك "Ayna" إذ يوجد في هذا المحرك موقعين فقط من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة أي بنسبة (٢,٤٪) من إجمالي المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، فقد تبين من الجدول رقم (٤-٢١ ب) أن جميع المواقع بنسبة (١٠٠٪) توجد في جميع محركات البحث والأدلة الموضوعية، فيما عدا محرك "Ayna" إذ لا يوجد من خلاله أي موقع من هذه المواقع.

ويلاحظ الباحث مما تقدم أن مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت مكشفة في محركات البحث والأدلة الموضوعية المعروفة بنسب متفاوتة، ففي محركي "Google" و "AltaVista" مكشفة بنسب مرتفعة (٩٦,٥٪)، كذلك في محرك "Yahoo" مكشفة بنسبة مرتفعة (٩٥,٣٪)، أما في

محركي "HotBot" و "Ayna" فإن تكشيفها في هذين المحركين متدنٍ جداً، ففي محرك "HotBot" كانت النسبة (٧,١٪) فقط، وفي محرك "Ayna" كانت النسبة (٢,٤٪) فقط مع أنه محرك عربي.

بينما كانت مواقع الناشرين الأجانب على الإنترنت (٥) مواقع، مكشفة في جميع محركات البحث المذكورة في الدراسة وبنسبة (١٠٠٪) ما عدا محرك "Ayna" فإنها غير مكشفة فيه نهائياً.

الجدول رقم (٤ - ٢١/ أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث تكشيفها في محركات البحث

محركات البحث المستخدمة	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
Google	٨٢	٪٩٦,٥
AltaVista	٨٢	٪٩٦,٥
Yahoo	٨١	٪٩٥,٣
HotBot	٦	٪٧,١
Ayna	٢	٪٢,٤

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن يوجد أكثر من محرك يستخدم في التكشيف عن الموقع في الوقت نفسه.

الجدول رقم (٤ - ٢١/ ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث تكشيفها في محركات البحث

محركات البحث المستخدمة	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
Google	٥	٪١٠٠
AltaVista	٥	٪١٠٠
Yahoo	٥	٪١٠٠
HotBot	٥	٪١٠٠
Ayna	صفر	صفر

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (٪١٠٠) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن يوجد أكثر من محرك يستخدم في التكشيف عن الموقع في الوقت نفسه.

٤ - ٢ - ١٠: المعيار التاسع: تحديث وصيانة مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤-٢٢ /أ) أن جميع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تقوم بعملية التحديث بحسب الحاجة، فيما عدا موقعًا واحدًا وهو خاص بمكتبة الرشد بالسعودية قام بالتحديث شهرياً خلال فترة الدراسة.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين من الجدول رقم (٤-٢٢ / ب) أن (٣) مواقع من (٥) مواقع تحت الدراسة أي بنسبة (٪٦٠) من إجمالي هذه المواقع تقوم بالتحديث أسبوعياً، بينما وجد أن موقعين فقط من (٥) مواقع تحت الدراسة أي بنسبة (٪٤٠) من إجمالي هذه المواقع تقوم بالتحديث شهرياً.

ويلاحظ الباحث مما تقدم أن مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت خلال فترة الاختبار والمراقبة لم تقم بالتحديث عدا موقع واحد هو موقع "مكتبة الرشد" من السعودية تم التحديث فيه شهرياً بنسبة (١,٢٪) أما بقية المواقع (٨٤) بنسبة (٩٨,٨٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (٨٥) موقعاً، فإنها لم تقوم بالتحديث في فترة البحث مما يعطينا انطباعاً أولياً أنها لا تحدث بيانات مواقعها إلا حسب الحاجة، ويعد هذا قصور كبير في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، لذا فهذه المواقع تتطلب مزيداً من الاهتمام والمتابعة والتحديث لتحظى بمتابعة المستفيدين وترتقي بمواقعها إلى الأفضل.

بينما لاحظ الباحث أن الوضع يختلف تماماً بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، حيث كان التحديث أسبوعياً وشهرياً، حيث أن (٣) مواقع من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) مواقع تحدث بياناتها أسبوعياً بنسبة (٦٠٪)، وموقعين من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) مواقع، تحدث بياناتها شهرياً بنسبة (٤٠٪).

إذاً يتبين من تلك النتائج السابقة أن هناك فرقاً واضحاً، حيث إن مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت لا يتم تحديثها في وقت متقارب مما يسبب ضعفاً كبيراً في بنيتها المعلوماتية والتقنية، بينما كان التحديث في مواقع الناشرين الأجانب اسبوعياً وشهرياً مما يعزز من تطورها ومتابعتها.

الجدول رقم (٤ - ٢٢/ أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث التحديث والصيانة

التحـــــديث	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
يومياً	-	-
أسبوعياً	-	-
شهرياً	١	١,٢٪
حسب الحاجة	٨٤	٩٨,٨٪
المجمـــــوع	**٨٥**	**١٠٠٪**

الجدول رقم (٤ - ٢٢/ ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث التحديث والصيانة

التحـــــديث	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
يومياً	صفر	صفر٪
أسبوعياً	٣	٦٠٪
شهرياً	٢	٤٠٪
المجمـــــوع	**٥**	**١٠٠٪**

٤ - ٢ - ١١: المعيار العاشر: المعلومات التي تقدمها مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت عن أوعية المعلومات:

يتضح من الجدول رقم (٤-٢٣ /أ) أنه من الممكن أن توجد أكثر من معلومة يقدمها الموقع الواحد عن أوعية المعلومات الخاصة بكل ناشر، إلا أن أكثر المعلومات التي تقدمها المواقع عن أوعية المعلومات هي الخاصة "بالبيانات الببليوجرافية" إذ تقدم هذه المعلومات في (٨٣) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٩٧,٦٪) من إجمالي المواقع ، ثم تأتي المعلومات الخاصة "بالسعر"، إذ تقدم هذه المعلومات في (٦٧) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٧٨,٨٪) من إجمالي المواقع، وأخيراً تأتي المعلومات الخاصة "بالمستخلصات"، إذ تقدم هذه المعلومات في (٤٠) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٤٧,١٪) من إجمالي المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت ، فقد تبين من الجدول رقم (٤- ٢٣/ ب) أن كل المواقع تقدم كل المعلومات الموضحة عن أوعية المعلومات الخاصة بها، فيما عدا المعلومات الخاصة "بالمستخلص" إذ توفر (٤) مواقع من إجمالي مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة (٥) مواقع ما نسبته (٨٠٪) من المعلومات.

تعد "البيانات الببليوجرافية" بيانات أساسية في كل موقع ومطلباً ضرورياً، لذا فمن الضروري توفرها في البنية الأساسية لأي موقع ناشر تجاري، ومع أنها توفرت في (٨٣) من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (٨٥) موقعاً تحت الدراسة، رغم أنه كان من الأفضل أن توفر المواقع هذه البيانات باعتبارها بنية أساسية لأي موقع ناشر تجاري.

كما أن السعر يعد من المعلومات الأساسية عن أي وعاء معلومات يعرض في مواقع الناشرين التجاريين، فإما أن يقبل المستفيد السعر إذا كان يناسبه

وفي حدود إمكاناته، وإما أن يرفضه إذا كان السعر لا يناسبه، ومع ذلك كان توفره في (٦٧) موقعاً للناشرين العرب التجاريين على الإنترنت من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة، حيث يعد هذا قصوراً واضحاً في توفر هذه المعلومة، كما لاحظ الباحث من خلاله اطلاعه ومتابعته لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت. وبخصوص المستخلص الذي توفره بعض المواقع، فهو متوفر في (٤٠) موقعاً من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت الخمسة والثمانين تحت الدراسة، وهي نسبة جيدة في ظل البداية المتواضعة لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

أما عن مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت فإن توفر البيانات الببليوجرافية والسعر في مواقعها كان بنسبة (١٠٠٪) وهو تميز يسجل لصالح هذه المواقع، أما المستخلص فإن توفره في (٤) مواقع من مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت (٥) مواقع تحت الدراسة يعد نسبة جيدة جداً.

الجدول رقم (٤ - ٢٣ /أ)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت

من حيث المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات

أهم المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
البيانات الببليوجرافية	٨٣	٩٧,٦٪
السعر	٦٧	٧٨,٨٪
مستخلص	٤٠	٤٧,١٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر معلومة في أوعية المعلومات الموقع الواحد.

الجدول رقم (٤ - ٢٣/ ب)

توزيع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت

من حيث المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات

أهم المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
البيانات الببليوجرافية	٥	٪١٠٠
السعر	٥	٪١٠٠
مستخلص	٤	٪٨٠

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (٪١٠٠) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر معلومة في أوعية المعلومات الموقع الواحد.

٤ - ٢ - ١٢: المعيار الحادي عشر: طريقة الدفع المستخدمة في مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت:

يتضح من الجدول رقم (٤-٢٤) أنه توجد أكثر من طريقة للدفع والتكاليف والإرسال تقدمها مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في الموقع الواحد إلا أن أكثر الطرق المستخدمة للدفع هي طريقة "الحوالة البنكية" إذ توجد هذه الطريقة في (٦٤) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٧٥,٣٪) من إجمالي المواقع، ثم تأتي طريقة الدفع الخاصة "بالدفع بالشيك العادي" إذ توجد هذه الطريقة في (٤٣) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٥٠,٦٪) من إجمالي المواقع، وأخيراً تأتي الطريقة الخاصة "البطاقات الائتمانية" إذ توجد هذه الطريقة في (٢٤) موقعاً من (٨٥) موقعاً تحت الدراسة بنسبة (٢٨,٢٪) من إجمالي المواقع.

أما بالنسبة لمواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، فقد تبين أن كل المواقع بنسبة (١٠٠٪) من إجمالي المواقع الخمسة عينة الدراسة تستخدم كل الطرق المتاحة للدفع والتكاليف والإرسال.

ويلاحظ مما تقدم اكتمال استخدام هذه الطرق في مواقع الناشرين الأجانب على الإنترنت بنسبة (١٠٠٪)، بينما تستخدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هذه الطرق بنسب متفاوتة، إذ تشكل نسبة استخدام "الحوالة البنكية" في المواقع العربية التجارية نسبة (٧٥,٣٪)، كما يشكل استخدام طريقة "الدفع بالشيك العادي" في المواقع العربية نسبة (٥٠,٦٪)، ويقل استخدام "البطاقة الائتمانية" في المواقع العربية بنسبة (٢٨,٢٪)، من هذا يتبين للباحث القصور الواضح لدى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في استخدام هذه الطرق مجتمعة، كما يضعف استخدام طريقة "البطاقة الائتمانية" والتي تعد من أسرع الطرق في السداد وذلك بسبب الخوف وعدم الثقة الذي تعاني منه مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، أيضاً من أهم الأسباب لضعف استخدام "البطاقة الائتمانية" في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت أن المكتبات الحكومية المتعاملة مع هذه المواقع لم تعتمد لأقسام التزويد أوامر صرف مالية معتمدة على السحب عن طريق "البطاقة الائتمانية"، لذلك على المواقع العربية أن تدعم الثقة في استخدام كل الوسائل، وأن توفر برامج الحماية والأمان لاستخدام التقنية في عمليات التسديد حتى تكسب ثقة المستفيد سواءً كان فرداً أو هيئة حكومية أو تجارية.

أما "الشيكات الإلكترونية" فإن الباحث لم يجد أي إشارة لإتاحة استخدامها في مواقع الناشرين التجاريين.

الجدول رقم (٤ - ٢٤)

توزيع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت من حيث طريقة الدفع

طريقة الدفع	عدد المواقع (التكرارات)	النسبة المئوية ٪
الحوالة البنكية	٦٤	٧٥,٣٪
الدفع بالشيك العادي	٤٣	٥٠,٦٪
بطاقات ائتمانية	٢٤	٢٨,٢٪

* لاحظ أن مجموع عدد المواقع ليس (٨٥) كما سبق أن أوضحناه، كما أن مجموع النسب المئوية ليس (١٠٠٪) كالمعتاد وهذا راجع إلى أن طبيعة السؤال تسمح باختيار أكثر من إجابة فمن الممكن أن توجد أكثر معلومة في أوعية المعلومات الموقع الواحد.

الفصل الخامس

أهمّ النتائج

والتوصيات والمقترحات

توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج والتوصيات التي اتضحت من خلال تحليل البيانات وتفسيرها التي تم الحصول عليها من المشرفين والموظفين بالمكتبات عينة الدراسة ومن متابعة الباحث لهذه المواقع على شبكة الإنترنت.

في هذا الفصل سيتم عرض ملخص لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى جانب عدد من التوصيات التي يوصي بها الباحث بناءً على هذه النتائج، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: النتائج الأولية:

خرج الباحث بالعديد من النتائج الأولية هي على النحو الآتي:

١ - توزيع عدد المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة للدراسة والذين يتعاملون مع الإنترنت، حيث تم ترتيبهم حسب الأكثر فالأقل على النحو الآتي:

أ - مكتبة الملك فهد الوطنية (٨) أفراد بنسبة (١٩,٠٪).

ب - مكتبة الملك عبدالعزيز العامة (٦) أفراد بنسبة (١٤,٣٪).

ج - مكتبة الأمير سلمان المركزية بجامعة الملك سعود، ومكتبة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية (٥) أفراد لكل منهما بنسبة (١١,٩٪).

د - المكتبة المركزية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ومكتبة معهد الإدارة العامة، ومكتبة الملك عبدالعزيز - فرع المربع (٤) أفراد لكل منهم بنسبة (٩,٥٪).

هـ - مكتبة دارة الملك عبدالعزيز، ومكتبة جامعة نايف العربية (٣) أفراد لكل منهما بنسبة (٧,١٪).

٢ - مسمى الوظيفة:

تبين هذه الفقرة تمثيل عدد المشرفين وعدد الموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة للدراسة الذين يتعاملون مع الإنترنت حيث كان عددهم على النحو الآتي:

أ - يمثل عدد المشرفين (١١) مشرفاً بنسبة (٢٦,٢٪).

ب - يمثل عدد الموظفين (٣١) موظفاً بنسبة (٧٣,٨٪).

٣ - المؤهل العلمي:

تبين هذه الفقرة توزيع مؤهلات المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة للدراسة مرتبة حسب درجة المؤهل على النحو الآتي:

أ - يمثل مؤهل الدكتوراة (٣) أفراد بنسبة (٧,١٪).

ب - يمثل مؤهل الماجستير (٦) أفراد بنسبة (١٨,٣٪).

ج - يمثل مؤهل البكالوريوس أو الليسانس (٢١) فرداً بنسبة (٥٠,٠٪).

د - يمثل مؤهل الدبلوم بعد الثانوي (١٢) فرداً بنسبة (٢٨,٦٪).

٤ - التخصص العام:

كان تمثيل التخصص العام بالنسبة للمشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة للدراسة الذي ورد في بيانات الاستبانة على النحو الآتي حيث رتبت هذه التخصصات بحسب الأكثر فالأقل:

أ - يمثل تخصص "مكتبات ومعلومات" (٣٦) فرداً بنسبة (٨٥,٧ ٪).

ب - يمثل تخصص "تاريخ" (٤) أفراد بنسبة (٩,٥٪).

ج - يمثل تخصص "وثائق" (فردان اثنان) بنسبة (٤,٨٪).

٥ - كان تمثيل عدد سنوات الخبرة لدى المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة للدراسة مرتبة بحسب سنوات الخبرة الأقل فالأكثر على النحو الآتي:

أ - أقل من ٥ سنوات بنسبة (٢٣,٨٪).

ب - من ٦ سنوات إلى ١٠ سنوات بنسبة (٤٠,٥٪).

ج - من ١١ سنوات إلى ١٥ سنة بنسبة (١٨,٣٪).

د - أكثر من ١٥ سنة بنسبة (٢١,٤٪).

٦ - مدى تحصيل المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات المختارة للدراسة من الدورات التدريبية في مجال الإنترنت؟ حيث كان التقسيم طبقاً للنتائج على النحو الآتي:

أ - الحاصلون على دورات تدريبية في مجال الإنترنت (٢٧) فرداً بنسبة (٦٤,٣٪).

ب - الذين لم يحصلوا على أي دورة تدريبية في مجال الإنترنت (١٥) فرداً بنسبة (٣٥,٧٪).

ثانياً: نتائج الدراسة:

لقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها الآتي:

٥ - ١: النتائج الخاصة بالتعرف إلى مواقع الناشرين العرب والأجانب التجاريين على الإنترنت:

تبين من خلال آراء مشرفي وموظفي أقسام التزويد بمكتبات مدينة

الرياض المختارة، ومن خلال متابعة الباحث لمواقع الناشرين العرب والأجانب التجاريين على الإنترنت لمدة ثلاثة أشهر، الآتي:

١ - أن الدولة التي بها أكثر عدد لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هي "مصر"، إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين فيها (٢٥) موقعاً للنشر، يليها "لبنان" إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت فيها (٢٢) موقعاً للنشر، ثم تأتي "السعودية" في المرتبة الثالثة إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت فيها (١٦) موقعاً للنشر، وأخيراً تأتي "سوريا"، و "الأردن" إذ بلغت عدد مواقع الناشرين التجاريين على الإنترنت في كل واحدة على حدة (١١) موقعاً للنشر، وهذه النتيجة تجيب عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة.

٢ - أقدم دارين عربيتين للنشر قامتا بتأسيس موقع لهما على الإنترنت هي "دار شعاع للنشر والتوزيع" من "سوريا"، و "دار العلوم للتحقيق" من "لبنان"، وكلتاهما أنشأتا الموقع في عام (١٩٩٩م) ، بينما كانت أقدم دار أجنبية قامت بتأسيس موقع لها على الإنترنت، من الداخلة تحت الدراسة ثلاث دور جاءت في التاريخ نفسه : "John Wiley" من "الولايات المتحدة الأمريكية" و " Routledge" و"Taylor Francis" من "بريطانيا"، وكانت الدور الثلاث السابقة قد أسست مواقعها على الإنترنت في عام (٢٠٠٠م)، ويعني هذا أن تأسيس مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت كان أقدم من تأسيس مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت الداخلة تحت الدراسة بسنة واحدة، إلى أن التفوق بالأداء وبناءً على النتائج المستقاة من الدراسة يحسب لصالح المواقع الأجنبية وبمراحل كبيرة.

٣ - أكبر عدد موضوعات ذكر في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت كان في موقع "مكتبة الانجلو المصرية" من "مصر"، حيث كان عدد الموضوعات (٤٠) موضوعاً، بينما كان أكبر عدد من الموضوعات ذكر في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت هو في موقع "Haworth Press" من "الولايات المتحدة الأمريكية" حيث بلغ عدد الموضوعات (٧٠) موضوعاً.

٥ - ٢: النتائج الخاصة بالتعرف إلى آراء مشرفي وموظفي أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة حول الواقع الحالي لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ودورها في عملية التزويد في المكتبات التي يعملون بها:

أظهرت نتائج الدراسة أن مدى تعامل مكتبات مدينة الرياض المختارة مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت جاء "أحياناً" من بين الخيارات المطروحة والمتمثلة في (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، وأبداً)، كما أن درجة استفادة مكتبات مدينة الرياض من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في إجراءات التزويد هي درجة ضعيفة وذلك لعدة أسباب أو معوقات، سوف يتم استعراضها في فقرة قادمة من هذه النتائج، وهذه النتيجة هي إجابة عن السؤال الثاني من أسئلة الدراسة.

٥ - ٣: النتائج الخاصة بالتعرف إلى آراء مشرفي وموظفي أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة حول إجراءات الشراء التي يقومون بها عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

أظهرت النتائج أن إجراءات الشراء المتبعة في معظم مكتبات مدينة الرياض

المختارة للدراسة عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، هي على النحو الآتي مرتبة حسب درجة الاستجابة (أحياناً أو دائماً):

أ - البحث عن المواد المطلوبة: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٨٥,٧٪).

ب - الاختيار: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٨٤,٧٪).

ج - الاطلاع على عروض الأسعار: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٨٣,٤٪).

د - الإضافة إلى ملف الاختيارات: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٥٢,٤٪).

هـ - اختيار وسيلة الدفع عن طريق بطاقة الائتمان أو شيك أو حوالة : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٥٢,٤٪).

و - استلام إشعار من الناشر بقبول عملية الشراء: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٥٠,٠٪).

ز - تعديل الكمية أو النوعية: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٤٥,٢٪).

ح - ملء بيانات الشحن تفصيلياً إلى (الجهة التي سترسل إليها ورقم التليفون) ثم الضغط على أمر إرسال : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٤٥,٢٪).

ط - تحديد دولة الشحن: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٤٢,٨٪).

ي - كشف حساب بمعرفة السعر النهائي شاملاً تكاليف الشحن: درجة الاستجابة كانت أحياناً أو دائماً (٣٦,٦٪).

ك - ملء بيانات العضوية للحصول على خصم: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٣٣,٣٪).

ل - الانتقال إلى الموقع الآمن لإدخال بيانات بطاقة الائتمان (بيانات المشتري والسلعة وسعرها: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) (٣٣,٣٪).

وكانت هذه النتائج إجابة عن السؤال الثالث من أسئلة الدراسة.

٥ - ٤: النتائج الخاصة بالتعرف إلى طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

تبين من خلال آراء مشرفي وموظفي أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة، ومن خلال متابعة الباحث لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، أن أكثر طرق البيع المتاحة للتعامل مع هذه المواقع هي كالآتي:

١ - فمن خلال آراء المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بالمكتبات تحت الدراسة كانت النتيجة على النحو الآتي:

أ - الحوالة والشيكات : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٩٧,٦٪).

ب - البطاقة الائتمانية : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٥٢,٣٪).

ج - الدفع المباشر: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٤٧,٧٪).

٢ - أما نتائج طرق البيع من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فكانت على النحو الآتي:

أ - الحوالة البنكية: إذ بلغت نسبة التعامل بها مع المكتبات (٧٥,٣٪).

ب - الشيك العادي: إذ بلغت نسبة التعامل بها مع المكتبات (٦,٥٠٪).

ج - البطاقة الائتمانية: إذ بلغت نسبة التعامل بها مع المكتبات (٢,٢٨٪).

٣ - بينما تبين أن كل مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة تستخدم طرق الدفع المتاحة وبنسبة (١٠٠٪).

وكانت هذه النتائج إجابة السؤال الرابع من أسئلة الدراسة.

٥ - ٥: النتائج الخاصة بالتعرف إلى طرق الشراء المستخدمة من المكتبات المختارة للدراسة والتي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

١ - أظهرت النتائج أنه من الممكن أن تتعامل مكتبات مدينة الرياض المختارة مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت بأكثر من طريقة للشراء، إلا أن أكثر طرق الشراء استخداماً من قبل مكتبات مدينة الرياض المختارة هي طريقة "الحوالة أو الشيكات" بنسبة (٢,٩٥٪)، يليها طريقة "الدفع المباشر" بنسبة (٠,٥٠٪)، ثم طريقة "البطاقة الائتمانية"، بنسبة (١,٧٪)، وقد تبين أن مكتبة " مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية" تقوم في بعض الأحيان باستخدام طريقة "المقايضة بإصدارات المركز" كطريقة أخرى مستخدمة من قبل المكتبة للشراء من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.

وكانت هذه النتيجة إجابة عن السؤال الخامس من أسئلة الدراسة.

٢ - كما أظهرت النتائج أن من الممكن ترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكبر إلى الأصغر) الوسائل التي تستخدمها المكتبات المختارة لمتابعة أوامر وطلبات الشراء مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، كما يلي:

أ - وسيلة "الهاتف" درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٨٣,٣٪).

ب - وسيلة " الفاكس" درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة(٨١,٠٪).

ج - وسيلة "البريد الإلكتروني" درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٦٩,١٪).

د - وسيلة "البريد العادي" درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٢٨,٦٪).

هـ - وسيلة "استخدام استمارة ويب Web" درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٢٣,٨٪).

٣ - فيما كانت الوسائل التي تستخدمها مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت للاتصال بها كالآتي مرتبة بحسب الأكثر فالأقل:

أ - وسيلة "البريد الإلكتروني": حيث بلغت نسبة استخدامه (٩٥,٣٪).

ب - وسيلة "الفاكس": حيث بلغت نسبة استخدامه (٩٠,٦٪).

ت - وسيلة "البريد العادي": حيث بلغت نسبة استخدامه (٨٩,٤٪).

ث - وسيلة "الهاتف": حيث بلغت نسبة استخدامه (٨٨,٢٪).

٤ - بينما كانت جميع وسائل الاتصال من (بريد إلكتروني، وفاكس، وبريد عادي، وهاتف) متوفرة ومستخدمة في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين تحت الدراسة وبنسبة (١٠٠٪).

٥ - ٦: النتائج الخاصة بالتعرف إلى أهم المعوقات والمشكلات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

أظهرت النتائج أن أهم المعوقات التي تعترض المشرفين والموظفين في أقسام التزويد عند التعامل مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت، هي كما يلي على الترتيب (ترتيباً تنازلياً من الأكثر معوقاً إلى الأقل) وعند تشابه النسب تم الترتيب حسب أعلى نسبة للخيار "دائماً":

أ - عدم ثبات عناوين المواقع على الإنترنت : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٩٢,٨٪).

ب - طول الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء من المواقع : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٩٢,٢٪).

ج - عدم وجود حساب مصرفي للمكتبة خاص بأوامر الشراء : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٩٠,٥٪).

د - البطء في عملية السداد: درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٩٠,٥٪).

هـ - نقص البيانات الببليوجرافية لأوعية المعلومات : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٨٨,١٪).

و - عدم التحديث المستمر لبيانات أوعية المعلومات : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٨٨,١٪).

ز - قلة تغطية الموضوعات : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٨٨,١٪).

ح - التأخر في إرسال المواد المطلوبة : درجة الاستجابة كانت (أحياناً أو دائماً) بنسبة (٨٥,٧٪).

وكانت هذه النتائج إجابة عن السؤال السادس من أسئلة الدراسة.

٥ - ٧: تبين تدني توفر استخدام أساليب: الروابط، وصفحات المساعدة ، والإعلانات في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

حيث تمثل نسبة توفر "الروابط" (٣١,٨٪)، كما تمثل نسبة توفر "صفحات المساعدة" (٢٧,١٪)، وهي نسب متدنية نوعاً ما ، أما أسلوب "الإعلانات" فإن نسبة توفره في هذه المواقع تصل إلى (١٦,٥٪) وهي نسبة متدنية جداً، وفي المقابل تبين توفر أسلوبي "الروابط" و "صفحات المساعدة" في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت بنسبة (١٠٠٪)، أما أسلوب "الإعلانات" فإنه يستخدم في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت بنسبة جيدة (٦٠٪).

وفي هذه النتائج إجابة عن السؤال السابع من أسئلة الدراسة.

٥ - ٨: النتائج الخاصة بالتعرف إلى أهم طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

تبين من خلال آراء المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة، ومن خلال متابعة الباحث لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الانترنت الآتي:

١ - كانت أهم طرق البحث المتاحة بالنسبة لهم على النحو الآتي:

أ - طريقة "البحث السريع (مؤلف/ عنوان/ كلمة مفتاحية)" بنسبة (٩٧,٦).

ب - يليها طريقة "البحث المتقدم (باستخدام الروابط البوليانية)" بنسبة (٣١,٠٪).

ج - طريقة "البحث بالموضوع" بنسبة (٧,٢٪).

٢ - أما من حيث متابعة مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت فكانت أهم طرق البحث المتاحة عليها هي على النحو الآتي:

أ - "البحث السريع بالكلمة" بنسبة (٧٥,٣).

ب - "البحث المتقدم بالمصطلحات" بنسبة (٣٨,٨).

٣ - بينما كانت أكثر طرق البحث إتاحة في مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة على النحو الآتي:

أ - "البحث السريع بالكلمة" بنسبة (١٠٠٪).

ب - "البحث المتقدم بالمصطلحات" بنسبة (٨٠٪).

وكانت هذه النتائج إجابة عن السؤال الثامن من أسئلة الدراسة.

٥ - ٩: النتائج الخاصة بالتعرف إلى أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

١ - كان أكثر محركات البحث التي تستخدم في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت على النحو الآتي:

أ - محرك "Google" بنسبة (٩٥,٢٪).

ب - محرك "Yahoo" بنسبة (٥٧,١).

ج - محرك "AltaVista" بنسبة (٢٣,٨٪).

٢ - أما من حيث تكشيف وإظهار مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت على محركات البحث فكانت على النحو الآتي:

أ - محركا "Google" و "AltaVista" وبنسبة (٩٦,٥٪).

ب - محرك "Yahoo" بنسبة (٩٥,٣٪).

ج - محرك "HotBot" بنسبة (٧,١٪).

د - محرك "Ayna" بنسبة (٢,٤٪).

٣ - بينما كانت كل مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت مكشفة وظاهرة على جميع محركات البحث ("Google"، "AltaVista"، "Yahoo"، "HotBot" بنسبة (١٠٠٪)، عدا محرك "Ayna" إذ لم تظهر فيه نهائياً لأنه محرك عربي.

وكانت هذه النتيجة إجابة عن السؤال التاسع من أسئلة الدراسة.

٥ - ١٠: النتائج الخاصة بالتعرف إلى أهم مميزات وعيوب مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت:

١ - تبين من خلال آراء المشرفين والموظفين في أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض، ومن خلال متابعة الباحث لمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت أن أهم مميزات مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة والتي حصلت على تقدير (جيد) من ثلاث تقديرات (ضعيف، وجيد، وممتاز) هي على الترتيب الآتي:

أ - الشمولية من حيث أنواع أوعية المعلومات.

ب - الثقة في التعامل.

ج - ثبات الروابط الدالة على الموقع.

د - لا تحتاج إلى اشتراك مادي.

٢ - كما تبين أن أهم عيوب مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة والتي حصلت على تقدير (ضعيف) من ثلاث تقديرات (ضعيف، وجيد، وممتاز) هي على الترتيب الآتي:

أ - بطء إرسال المواد المطلوبة.

ب - ضعف التحديث والصيانة.

ج - قلة الإحالات إلى مواقع أخرى.

د - كثرة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء.

وكانت هذه النتيجة إجابة عن السؤال العاشر من أسئلة الدراسة.

٥ - ١١: النتائج الخاصة بالتعرف إلى أهم الفروقات بين مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت:

١ - أظهرت نتائج الدراسة الميدانية (آراء مشرفي وموظفي أقسام التزويد بمكتبات مدينة الرياض المختارة) أن هناك فروقات ملموسة لصالح مواقع الناشرين الأجانب التجاريين في الجوانب التالية:

أ - التحديث.

ب - السرعة في إرسال المواد المطلوبة.

ج - الإحالة إلى مواقع أخرى.

د - قلة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء.

هـ - ثبات الروابط الدالة على الموقع.

و - لا تحتاج إلى اشتراك مادي.

ز - الشمولية من حيث أنواع أوعية المعلومات.

ح - الثقة في التعامل.

٢ - كما أظهرت نتائج المعايير التي طبقها الباحث على مواقع الناشرين على الإنترنت أن هناك فروقات ملموسة لصالح مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت في الجوانب التالية:

أ - خدمة البحث عن عناوين الكتب: حيث تبين أن جميع المواقع الأجنبية توفر طرق البحث المختلفة (بالعنوان، بالمؤلف، وبالكلمة المفتاحية) عن عناوين الكتب في وقت واحد، بينما تتفاوت مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في توفيرها وبنسب مختلفة.

ب - خدمة الإعلام الإلكتروني: حيث تبين أن جميع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة توفر هذه الخدمة وبنسبة (١٠٠٪)، بينما توفر مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هذه الخدمة بنسبة (٢٣,٥٪) فقط.

ج - خدمة النسخ الجزئي: حيث تبين أن مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة توفر هذه الخدمة بنسبة (١٠,٦٪)، بينما لا توفر مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة هذه الخدمة نهائياً.

د - خدمة الاشتراك في الدوريات: حيث تبين أن جميع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت تحت الدراسة توفر هذه الخدمة

وبنسبة (١٠٠٪)، بينما توفر مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هذه الخدمة بنسبة (٨,٢٪).

هـ - طريقة "البحث السريع بالكلمة"، حيث تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هذه الطريقة في البحث بنسبة (٧٥,٣٪) بينما تقدم مواقع الناشرين الأجانب التجاريين هذه الطريقة في البحث بنسبة (١٠٠٪).

و - طريقة "البحث المتقدم بالمصطلحات"، فهناك فرق يصل إلى أكثر من النصف بين مواقع الناشرين العرب التجاريين ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت، حيث تمثل نسبة مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت التي تتوفر فيها هذه الطريقة (٣٨,٣٪)، بينما تمثل نسبة مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت المتوفرة فيها هذه الطريقة (٨٠٪).

ز - جميع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تقوم بعملية التحديث بحسب الحاجة، عدا مكتبة الرشد بالمملكة العربية السعودية فإنها تقوم بالتحديث شهرياً نسبة (١,٢٪) من إجمالي مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت (٨٥) موقعاً، بينما تقوم مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت بالتحديث أسبوعياً أو شهرياً.

ح - تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ما نسبته (٩٧,٦٪) من المعلومات الخاصة "بالبيانات الببليوجرافية"، في حين تقدم كل مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت "البيانات الببليوجرافية" بنسبة (١٠٠٪).

ط - تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ما نسبته (٧٨,٨٪) من المعلومات الخاصة "بالسعر"، في حين تقدم كل مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت المعلومات الخاصة "بالسعر" بنسبة (١٠٠٪).

ي - تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت ما نسبته (٤٧,١٪) من المعلومات الخاصة "بالمستخلصات"، في حين تقدم معظم مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت المعلومات الخاصة "بالمستخلصات" بنسبة (٨٠٪).

ك - تقوم جميع مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت عينة الدراسة بنسبة (١٠٠٪) باستخدام كل الطرق المتاحة للدفع (الحوالة البنكية، الدفع بالشيك العادي، وبطاقات ائتمانية)، بينما تستخدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت هذه الطرق بنسب متفاوتة، إذ تشكل نسبة استخدام "الحوالة البنكية" في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت نسبة (٧٥,٣٪)، كما يشكل استخدام طريقة "الدفع بالشيك العادي"في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت نسبة (٥٠,٦٪)، ويشكل استخدام "البطاقة الائتمانية" في مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت نسبة (٢٨,٢٪).

ل - من خلال متابعة مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت تبين أنها تتيح التعامل بعدة لغات هي على النحو الآتي:

- التعامل باللغة العربية (٩٥,٣٪).

- التعامل باللغة الإنجليزية بنسبة (٣١,٨).
- التعامل باللغة الفرنسية بنسبة (٢,٤٪).

بينما تتيح مواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت التعامل باللغة الإنجليزية فقط وبنسبة (١٠٠٪).

وكانت هذه النتيجة إجابة عن السؤال الحادي عشر من أسئلة الدراسة.

وختاماً تبين للباحث قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع "مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت واقعها ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض".

وعسى أن يكون هذا البحث منطلقاً لأبحاث أكاديمية أخرى تعالج هذه الموضوع المهم في مكتبات الدول العربية ومراكزها البحثية.

ثالثاً: التوصيات:

بعد الاطلاع على أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإن الباحث يستخلص عدداً من التوصيات، أهمها:

١ - من المهم استخدام الإنترنت على نطاق واسع داخل المكتبات وتفعيل الخدمات والتسهيلات المتاحة كافة، مع اتخاذ التدابير اللازمة لحفظ مجموعات المكتبة.

٢ - توعية العاملين بأهمية استخدام الإنترنت في العديد من الأنشطة المكتبية وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية والمحاضرات التعريفية وحضور المؤتمرات.. إلخ.

٣ - تحرير إجراءات الشراء داخل المكتبات من خلال تخصيص ميزانية خاصة بالشراء عبر الإنترنت واستخدام بطاقات ائتمانية وتدريب العاملين على كيفية استخدامها.

٤ – إعداد أدلة بقوائم الناشرين العرب التجاريين من خلال محركات البحث المختلفة لتسهيل الوصول إليها.

٥ – ضرورة توفير اختصاصي مكتبات واحد على الأقل من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين يكون قادراً على تلبية احتياجات المكتبات وعلى دراية بمتطلباتها.

٦ – ضرورة مراعاة مواقع الناشرين العرب التجاريين احتواءها على روابط لمواقع أخرى ذات صلة تتيح توسيع الترابط فيما بينها.

٧ – ضرورة مراعاة مواقع الناشرين العرب تقديم معلومات كافية عن أوعية المعلومات المنشورة عبر مواقعهم بما يحقق الاستفادة للقائمين بعملية الاختيار في المكتبات.

٨ – ضرورة تكشيف مواقع الناشرين العرب التجاريين على محركات البحث المختلفة والشهيرة.

٩ – التوسع في الخدمات التي يقدمها الناشرين العرب التجاريين من خلال التعرف إلى أوعية المعلومات التي نفدت طبعاتها من السوق.

١٠ – ضرورة مراعاة الناشرين العرب التجاريين ثبات عناوين مواقعهم على الإنترنت، حيث إن الروابط الدالة على المواقع تتغير باستمرار.

١١ – ضرورة مراعاة مواقع الناشرين العرب التجاريين تقليل الإجراءات المتعلقة بالشراء.

١٢ – ضرورة مراعاة مواقع الناشرين العرب التجاريين توفير الحماية والأمن لعمليات الشراء عبر الإنترنت بما يعطي الثقة للمتعاملين معها.

١٣ - ضرورة التزام مواقع الناشرين العرب التجاريين بتوفير صفحات مساعدة تخدم الباحث والمتصفح في أسرع وقت.

١٤ - يوصي الباحث بتضمين مناهج ومقررات علوم المكتبات والمعلومات في الجامعات السعودية استخدام التقنية في جميع الإجراءات الفنية للمكتبات بما فيها التزويد الإلكتروني.

رابعاً: المقترحات:

بعد الانتهاء من هذه الدراسة فإن الباحث يقترح عدداً من الدراسات التي لم يغطها في دراسته وهي على النحو الآتي:

١ - يرى الباحث أن يتم دراسة وضع مواقع الناشرين العرب على الإنترنت في البلاد العربية جميعها أو في بلدٍ واحدٍ منها.

٢ - دراسة الفروق بين مواقع الناشرين العرب على الإنترنت وبين مواقع الناشرين الأجانب على الإنترنت من جوانب مختلفة.

٣ - دراسة استفادة المكتبات الأكاديمية في المملكة العربية السعودية من مواقع الناشرين العربية والأجنبية على الإنترنت.

المراجع

(١) المراجع العربية :

أولاً: الكتب.

ثانياً: البحوث المنشورة في الدوريات.

ثالثاً: رسائل الدكتوراة والماجستير غير المنشورة.

(٢) المراجع الأجنبية

(١) المراجع العربيـة:

أولاً: الكتب:

١ - بومعرافي، بهجة (١٩٩٩م). **الإنترنت في المكتبات: دراسة التحولات.** أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات المنعقد في تونس في الفترة من ٢١ إلى ٢٦ أكتوبر/ تشرين الأول ١٩٩٨م حول الإستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الإنترنت. - تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

٢ - الجنبيهي، منير والجنبيهي، ممدوح (٢٠٠٥م). **النقود الإلكترونية.** - الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

٣ - الجندي ، محمود (١٩٩٩م). **شبكة الإنترنت وتزويد المكتبات العربية بمصادر المعلومات.** أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات المنعقد في تونس في الفترة من ٢١ إلى ٢٦ أكتوبر/ تشرين الأول ١٩٩٨م حول الإستراتيجية العربية المعاصرة للمعلومات في عصر الإنترنت بتونس.

٤ - حسب الله، سيد والشامي، أحمد (٢٠٠١م). **الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات.** - القاهرة: المكتبة الأكاديمية.

٥ - خطاب، عامر (٢٠٠٦م). **أمن ومداولات شبكة الإنترنت.** - عمان: مكتبة المجتمع العربي.

٦ - الخليفي، محمد (١٤٢٠هـ). **الإنترنت للمكتبات ومراكز المعلومات السعودية.** - الرياض: عالم الكتب.

٧ - الدرعان، فهد (١٩٩٧م). **نشر الكتاب في جامعات دول مجلس التعاون الخليجي: دراسة تحليلية نقدية**. - الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

٨ - الربيعي، السيد وآخرون (٢٠٠١م). **المعجم الشامل لمصطلحات الحاسب الآلي والإنترنت**. - الرياض: مكتبة العبيكان.

٩ - الطعامنة ، محمد وطارق العلوش (٢٠٠٤م). **الحكومة الإلكترونية وتطبيقاتها في الوطن العربي**. - القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

١٠ - عباس ، طارق محمود (٢٠٠٣م). **المكتبات الرقمية وشبكة الإنترنت**. - القاهرة: المركز الأصيل.

١١ - عبيدات، ذوقان، وعدس، عبدالرحيم، وعبدالحق، كايد (٢٠٠١م). **البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه**. - عمان: دار الفكر.

١٢ - العساف، صالح حمد (١٩٨٩م). **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية**. - الرياض: مكتبة العبيكان.

١٣ - علوه، رأفت (٢٠٠٦م). **المكتبة الإلكترونية**. - عمان: مكتبة المجمع العربي.

١٤ - عليان، ربحي، وأبوعجمية، يسري (٢٠٠٥م). **تنمية وتقييم المجموعات بالمكتبات ومؤسسات المعلومات**. - عمان: دار صفاء.

١٥ - عليان، ربحي، والسامرائي، إيمان (٢٠٠٤م). **تسويق المعلومات**. - عمان: دار صفاء.

١٦ - فهمي، محمد شامل (٢٠٠٥م). **الإحصاء بلا معاناة: المفاهيم مع التطبيقات باستخدام برامج** SPSS. - الرياض: معهد الإدارة العامة.

١٧ - قاري : عبدالغفور (٢٠٠٠م). **معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات: إنجليزي- عربي**. - الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

١٨ - قنديلجي، عامر والسامرائي، إيمان (٢٠٠٠م). **قواعد وشبكات المعلومات المحوسبة في المكتبات ومراكز المعلومات**. - عمان: دار الفكر.

١٩ - محجوب ، حسناء (١٩٩٩م). **دراسة تحليلية لمواقع الناشرين العرب على شبكة الإنترنت**/ أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات المنعقد في تونس في الفترة من ٢١ إلى ٢٦ أكتوبر/ تشرين الأول ١٩٩٨م حول الإستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الإنترنت. - تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

٢٠ - محمد، سيد (١٤٠٨هـ). **صناعة الكتاب ونشره**. - القاهرة: دار المعارف.

٢١ - مراد ، عبدالفتاح (د . ت). **التجارة الإلكترونية والبيع والشراء على شبكة الإنترنت**. - الإسكندرية: المؤلف.

٢٢ - هاشم، مود اسطفان (١٩٩٩م). **منهجية ومقاييس تقييم المواقع على شبكة الإنترنت**. - أعمال المؤتمر التاسع للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات المنعقد في تونس في الفترة من ٢١ إلى ٢٦ أكتوبر/ تشرين الأول ١٩٩٨م حول الإستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الإنترنت. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

٢٣ - نوتس، كويك؛ (٢٠٠٤م). **التجارة الإليكترونية** ؛تحرير عماد الحداد. - القاهرة: دار الفاروق.

ثانياً: البحوث المنشورة في الدوريات:

١ - الجبري ، خالد (٢٠٠٠م). تقييم مواقع المعلومات المتاحة على الإنترنت. **مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية** ، مج ٥ ، ع ٢ ، ص ٩٥-١٠٦ .

٢ - الجبري، خالد (٢٠٠١م). دور الإنترنت في دعم وظائف المكتبة وتطورها. **مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية** ، مج ٧ ، ع ١ ، ص ٦٦-٨٢ .

٣ - الزهراني، راشد (٢٠٠٤م). مواقع المكتبات الجامعية السعودية على شبكة الإنترنت: تقييم للواقع والخدمات. **الإدارة العامة**، مج ٤٤، ع١،ص ١٩١ - ٢٢٢ .

٤ - محجوب، حسناء (٢٠٠٠م). تسويق الإنتاج الفكري العربي عبر الإنترنت: دراسة تحليلية لسوق الأفراد في جامعة إلينوي الأمريكية، **مجلة المكتبات والمعلومات العربية**، س ٢٠، ع ٤، ص ٥٥-٨٩ .

٥ - مغاوري، علاء (٢٠٠٢). مواقع المتاجر الإلكترونية للكتب على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي: AMAZON و BARNES & NOBE.COM مع الإشارة إلى مواقع المتاجر الإلكترونية العربية للكتب. **مجلة المكتبات والمعلومات العربية**، س ٢٢، ع٤٤، ص ١٥٩ - ١٧٤ .

ثالثاً: رسائل الدكتوراة والماجستير غير المنشورة:

١ - البسام، رحاب (١٤٢٤هـ). **استخدام شبكة الإنترنت في الإجراءات الفنية في المكتبات**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٢ - العقيلي، وفاء (٢٠٠٢م). **الكتب العربية المنشورة إلكترونياً على الأقراص المدمجة في المملكة العربية السعودية منذ صدورها عام ١٤١٤هـ إلى نهاية عام ١٤٢٠هـ**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب: الإدارة العامة لكليات البنات بمنطقة الرياض، الرياض.

٣ - لطفي، أسامة (٢٠٠٠م). **تطبيقات شبكة الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: دراسة تجريبية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنوفية، المنوفية مصر.

(٢) المراجع الأجنبية:

Balas, Janet L (1999). Do-It-Yourself computer training**. Computer in Libraries**, vol. 19, issue 2, 40.

Bauer, Kathleen (2000) . **Book publisher sites on the Internet's World Wide Web In Timmons,** Mary E (ed.): The Internet and acquisitions: sources and resources for development, New York.

Dahlin, Robert (2001). Mapping the Internet. **Publishers Weekly**, vol 248, issue 5, 41.

Periodical acquisitions and the Internet . edited by Nancy Slight - Gibney. New York: Haworth Press, 1999

Pitschmann, Louis A. (2001). **Building sustainable collections of free third-party web resources.** Washington, DC : Council on Library and Information Resources.

Posey , Kevin H (2000). The utility of publisher websites. **Journal of scholarly Publishing,** vol. 31, issue 2, 77.

Reid, Calvin (1998) . Nearly 80% of publishers have Web site, survey says. **Publishers Weekly**, vol. 247, issue 2, 21.

Thomsen, Elizabeth (1996). **Reference and collection development on the Internet.** New York : Neal-Schuman.

ملاحق الدراسة

الملحق رقم (١)

- الاستبانة.
- أسماء المحكمين.

الملحق رقم (٢)

- معايير التقييم.
- المواقع التي لم تفتح أثناء المتابعة.

الملحق رقم (١)

- الاستبانة.
- أسماء المحكمين.

أخي الفاضل / **المحتـــرم**

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ،،،

نظراً لتنامي الطلب على خدمات الإنترنت ومن بينها احتياجات المكتبات ومراكز المعلومات في تسهيل العمليات والإجراءات المكتبية المختلفة ، فقد نبعت فكرة هذه الدراسة في توظيف شبكة الإنترنت والاستفادة من مواقع الناشرين العرب التجاريين المتاحة على الإنترنت من جانب المكتبات محل الدراسة في المملكة العربية السعودية.

وهذه الاستبانة موجهة إلى مشرفي وموظفي أقسام التزويد بالمكتبات محل الدراسة للوقوف على مختلف تجاربهم حيال موضوع الدراسة التي هي بعنوان "مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت: واقعها ودورها في عملية التزويد في مكتبات مدينة الرياض" والتي تمثل جزءاً من متطلبات الحصول على درجة الماجستير من قسم المكتبات والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

ولذا فإن مساهمتك في الإجابة ستكون ذات أهمية وهي محل عناية الباحث ولن تستخدم إلا لأغراض الدراسة فقط وسوف تساعد في الاستفادة من مواقع الناشرين العرب التجاريين على شبكة الإنترنت وتطويرها إلى الأفضل بإذن الله، ومن هذا المنطلق أرجو التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة.

ولكم خالص الشكر والتقدير ،،،

الباحث

فهاد بن سعد السهلي

أولاً : بيانات عامة :

١ - الاسم (اختياري):______________________

٢ - اسم المكتبة:______________________

٣ - الوظيفة: ☐ مشرف   ☐ موظف

٤ - الدرجة العلمية:______________________

٥ - التخصص العام:____________ الدقيق :____________

٦ - عدد سنوات الخبرة في قسم التزويد : (______ سنة).

ثانياً : مجال الدراسة :

١ - الرجاء وضع علامة (X) أما الاختيار الملائم لكل من العبارات التالية:

العبـــــارة	دائماً (٥)	غالباً (٤)	أحياناً (٣)	نادراً (٢)	أبداً (١)
مدى تعامل المكتبة مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.					
تستفيد المكتبة من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت في إجراءات التزويد.					
تتيح مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت خدمة الاستفسار عن أوعية المعلومات التي نفدت من السوق.					
سهولة الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.					
سهولة استخدام مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.					
تتنوع أوعية المعلومات التي تعرضها مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت.					
تقدم مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت معلومات مفصلة عن أوعية المعلومات.					
التعامل الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت أقل كلفة مالية واختصاراً للوقت عن التعامل بالطرق التقليدية.					

٢ - ما الإجراءات التي تتبعها المكتبة في الشراء من مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت الذين تتعامل معهم المكتبة؟

الإجـــــــراء	دائماً (٣)	أحياناً (٢)	أبداً (١)
البحث عن المواد المطلوبة			
الاختيار			
الاطلاع على عروض الأسعار			
الإضافة إلى ملف الاختيارات			
ملء بيانات العضوية للحصول على خصم			
تعديل الكمية أو النوعية			
تحديد دولة الشحن			
كشف حساب بمعرفة السعر النهائي شاملاً تكاليف الشحن			
اختيار وسيلة الدفع عن طريق بطاقة الائتمان أو شيك أو حوالة			
ملء بيانات الشحن تفصيلياً إلى (الجهة التي سترسل إليها ورقم التليفون) ثم الضغط على أمر إرسال			
الانتقال إلى الموقع الآمن لإدخال بيانات بطاقة الائتمان (بيانات المشري والسلعة وسعرها)			
استلام إشعار من الناشر بقبول عملية الشراء			

٣ - هل لدى المكتبة حساب مصرفي خاص بأوامر الشراء أو اشتراك يتم بواسطة الإنترنت؟

نعم ☐ لا ☐

٤ - ما طرق البيع المتاحة من خلال مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

الطــريقة	دائماً (٣)	أحياناً (٢)	أبداً (١)
البطاقة الائتمانية			
الشيكات الإلكترونية			
الدفع المباشر			
الحوالة أو الشيكات البنكية			
أخرى ________________			

٥ - ما طرق الشراء المستخدمة من قبل المكتبة التي تتعامل بها مع مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟ (من الممكن اختيار أكثر من طريقة).

- ☐ البطاقة الائتمانية
- ☐ الشيكات الإلكترونية
- ☐ الدفع المباشر
- ☐ الحوالة أو الشيكات البنكية
- ☐ أخرى ________________

٦ - ما المعوقات التي تواجه المكتبة عند التعامل مع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

المعـــــوقات	دائماً (٣)	أحياناً (٢)	أبداً (١)
عدم ثبات عناوين المواقع على شبكة الإنترنت			
نقص البيانات الببليوجرافية لأوعية المعلومات			
عدم التحديث المستمر لبيانات أوعية المعلومات			
قلة تغطية الموضوعات			
طول الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء من المواقع			
عدم وجود حساب مصرفي للمكتبة خاص بأوامر الشراء			
البطء في عملية السداد			
التأخر في إرسال المواد المطلوبة			

أخرى اذكرها: ________________

____

____

____

٧ - هل يوجد روابط لمواقع أخرى ومواقع الناشرين العرب التجاريين؟

نعم ☐ لا ☐

٨ - ما طرق البحث المتاحة في مواقع الناشرين العرب التجاريين؟ (من الممكن اختيار أكثر من إجابة).

☐ بحث سريع (مؤلف / عنوان / كلمة مفتاحية)

☐ بحث متقدم (باستخدام الروابط البوليانية)

☐ أخرى اذكرها: ________________

٩ – ما أشهر محركات البحث المستخدمة في الوصول إلى مواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟ (من الممكن اختيار أكثر من محرك).

- [ ] Yahoo
- [ ] AltaVista
- [ ] HotBot
- [ ] Google
- [ ] أخرى اذكرها ــــــــــــــــــــــــ

١٠ – ما الوسائل التي تستخدمها المكتبة لمتابعة أوامر وطلبات الشراء؟

الوسائل	دائماً (٣)	أحياناً (٢)	أبداً (١)
البريد الإلكتروني			
استخدام استمارة ويب Web			
الفاكس			
الهاتف			
أخرى ــــــــــــــــ			

١١– ما مدى تحديث المعلومات الخاصة بأوعية المعلومات المعروضة بمواقع الناشرين العرب التجاريين على الإنترنت؟

- [ ] يومياً.
- [ ] أسبوعياً.
- [ ] شهرياً.
- [ ] حسب الحاجة.

- [ ] يومياً.
- [ ] شهرياً.

- [ ] أسبوعياً.
- [ ] حسب الحاجة.

١٢ – ما الفرق بين مواقع الناشرين العرب التجاريين ومواقع الناشرين الأجانب التجاريين على الإنترنت؟ من فضلك ضع (X) أمام التقييم المناسب لكليهما:

تقييم مواقع الناشرين العرب				تقييم مواقع الناشرين الأجانب		
ضعيف (١)	جيد (٢)	ممتاز (٣)	العبـــــارة	ضعيف (١)	جيد (٢)	ممتاز (٣)
			التحديث			
			الثقة في التعامل			
			الشمولية من حيث أنواع أوعية المعلومات			
			ثبات الروابط الدالة على الموقع			
			قلة الإجراءات المتعلقة بعملية الشراء			
			الإحالة إلى مواقع أخرى			
			لا تحتاج إلى اشتراك مسبق			
			السرعة في إرسال المواد المطلوبة			

أخرى اذكرها: ________________

١٣ – هل هناك معلومات أخرى تود إضافتها ولم يرد ذكرها في الاستبانة؟

____

____

____

____

أسماء المحكمين

لقد عرضت الاستبانة على عدد من الأساتذة المتخصصين في علم المكتبات والمعلومات، وقد تم ترتيبهم حسب الدرجة العلمية ومن ثم الترتيب الهجائي بأسمائهم وهم على النحو التالي:

الجهة	الاسم	التخصص	الدرجة العلمية
جامعة الملك سعود	**د. جبريل بن حسن العريشي**	معلومات	أستاذ مشارك
معهد الإدارة العامة	**د. راشد بن سعيد الزهراني**	معلومات	أستاذ مساعد
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	**د. عبدالحميد بن محمد السليمان**	معلومات	أستاذ مساعد
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	**د. عبدالله بن محمد الشايع**	معلومات	أستاذ مساعد
جامعة الملك سعود	**د. علي بن عبدالعزيز الحمودي**	معلومات	أستاذ مساعد

الملحق رقم (٢)

- معايير التقييم.
- المواقع التي لم تفتح أثناء المتابعة.

المعيـار الأول

(١) مواقـع الناشـرين العرب التجاريين

من حيث العمر الزمني

الناشر التجـاري	الدولة	تاريخ الإنشــاء		الملاحظات
		إنشاء الدار	تأسيس الموقع	

المعيـار الثاني

(٢) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث كمية الإنتاج وعدد (حجم) الموضوعات

الناشر التجاري	كمية الإنتاج المنشور	عدد الموضوعات

المعيار الثالث

(٣) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث الخدمات المقدمة في الموقع

الناشر التجاري	خدمات الموقع					
	البحث عن عناوين الكتب			النسخ الجزئي	الإعلام الإلكتروني	الاشتراك في الدوريات
	بالمؤلف	بالعنوان	بالكلمة المفتاحية			

المعيـار الرابع

(٤) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث أنظمة البحث في الموقع

الناشر التجـاري	أنظمة البحث في الموقع	
	البحث السريع بالكلمة	البحث المتقدم بالمصطلحات

المعيار الخامس

(٥) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث وسيلة الاتصال بهم

الناشر التجاري	وسيلة الاتصال بالناشر			
	الربط الإلكتروني	البريد العادي	التليفون	الفاكس

المعيـار السادس

(٦) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث بناء الموقع وتنظيمه

الناشر التجاري	بناء الموقع وتنظيمه		
	الروابط	الإعلانات	صفحات المساعدة

المعيار السابع

(٧) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث اللغات المستخدمة في الموقع

الناشر التجاري	اللغات المستخدمة		
	العربية	الإنجليزية	أخرى تذكر

المعيار الثامن

(٨) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث تكشيفها في محركات البحث والأدلة الموضوعية

الناشر التجاري	تكشيف الموقع في محركات البحث والأدلة الموضوعية				
	Yahoo	Altavist	HotBot	Google	Ayna

المعيار التاسع

(٩) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث التحديث والصيانة

الناشر التجاري	التحديث			
	يومي	أسبوعي	شهري	حسب الحاجة

المعيار العاشر

(١٠) مواقع الناشرين العرب التجاريين

من حيث المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات

الناشر التجاري	أهم المعلومات التي تقدمها عن أوعية المعلومات		
	البيانات الببليوجرافية	مستخلص	السعر

المعيار الحادي عشر
(١١) مواقع الناشرين العرب التجاريين
من حيث طريقة الدفع

الناشر التجاري	طريقة الدفع			
	بطاقات ائتمانية	الدفع بالشيك العادي	الشيكات الإلكترونية	الحوالة البنكية

قائمة ببعض مواقع دور الناشرين العرب التجاريين التي لم تفعل أو تفتح أثناء فترة البحث من ١٤٢٧/٢/١هـ إلى ١٤٢٧/٥/١هـ

اسم الموقع	الرابط
مواقع الناشرين التجاريين في الأردن	
دار الفرقان	www.daralforqan.com
الفكر ناشرون	www.daralfikr.com
جهينة للنشر	www.juhaina.net
صفاء للنشر	www.darsafa.com
مواقع الناشرين التجاريين في السعودية	
دار النحوي	www.alnahwi-publishing
اليقظة للنشر	www.alyagaza.net
مكتبة الشقري	www.alshegrey.com
دار قرطبة	www.qurtoba.com
دار الكتاب التربوي	www.das.sch.sa
دار الجداول	www.aljadawel.com
تهامة للنشر	www.tihama.com
دار طيبة	www.dartaiba.com
دار الزمان	www.daralzaman.com
دار المؤيد	www.almoayyad.com
مواقع الناشرين التجاريين في سوريا	
دار السناء	www.daralsanaa.com
نور المعارف	wwwwelovesurya.com
مكتبة الرسول الأعظم	www.alrasol.net

الرابط	اسم الموقع
مواقع الناشرين التجاريين في لبنان	
www.asp.com.ib	الدار العربية للعلوم
www.idip.com	مكتبة لبنان
www.darislam.com	دار الإسلام
http://www.aliman-group.com/books	مؤسسة الإيمان
www.interculturalbooks.com	دار الحوار
www.oeabooks.com	دار الكتاب الجديد المتحد
www.arabicebook.com	دار الفارابي
www.dar-alamira.com	دار الأميرة
مواقع الناشرين التجاريين في مصر	
www.dareltaawon.org	دار التعاون
www.abshop.org	المكتبة الأكاديمية
www.dshaba.com	دار الصحابة
www.dwdpress.com	دار الوفاء
www.EL-WAFAA.com	دار الوفاء
wwwdaralshareaa.com	دار الشريعة
www.balancia.com	دار بلنسية
www.daralfarouk.com	دار الفاروق

